

**DEFINICIÓN DE CRITERIOS DE EXPORTACIÓN A ECUADOR QUE SE PUEDA
APLICAR A LAS PYMES ASOCIADAS DE PRODE PLÁSTICO DEL
SUBSECTOR PRODUCTIVO DEL PLÁSTICO**

SANDRA XIMENA ANDRADE ESCOBAR

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
2006**

**DEFINICIÓN DE CRITERIOS DE EXPORTACIÓN A ECUADOR QUE SE PUEDA
APLICAR A LAS PYMES ASOCIADAS DE PRODE PLÁSTICO DEL
SUBSECTOR PRODUCTIVO DEL PLÁSTICO**

SANDRA XIMENA ANDRADE ESCOBAR

**Pasantía para optar al título de Profesional en Mercadeo y Negocios
Internacionales**

**Director
MARLON GÓMEZ CAMACHO
Administrador de empresas y especialista en Mercadeo**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
2006**

Nota de aceptación

Aprobado por el Comité de Trabajo de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Profesional en Mercadeo y Negocios Internacionales.

Ing. RICARDO ANDRÉS LÓPEZ

Jurado

Economista. HENRY ROJAS PALACIO

Jurado

Santiago de Cali, 21 de Julio de 2006

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	11
INTRODUCCIÓN	12
1. PLANEACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1.1. Antecedentes	14
1.1.2. Planteamiento del problema	15
1.1.3. Formulación del problema	16
1.2. JUSTIFICACIÓN	16
1.3. OBJETIVOS	18
1.3.1. Objetivo general	18
1.3.2. Objetivos específicos	18
1.4. MARCO CONCEPTUAL	19
1.4.1. La Comunidad Andina de Naciones	20
1.4.1.1. Antecedentes y actualidad en la CAN	20
1.4.2. El plástico dentro de la Cadena Petroquímica	21
1.4.2.1. Análisis de la Industria Química, Industria del Plástico e Industria del Caucho en Colombia.	24
1.4.2.2. Las materias plásticas en Colombia	25
1.4.2.2.1. Producción local de resinas plásticas	25
1.4.2.3. Precios	26
1.5. ASPECTOS METODOLÓGICOS	27
1.5.1. Método de la investigación	27
1.5.2. Metodología de la investigación	27
1.6. TIPO DE INVESTIGACIÓN	29
1.6.1. Investigación exploratoria	29
1.6.2. Investigación descriptiva	29
1.7. PERFIL DEL CENTRO	29
1.7.1. Definición del negocio	29
1.7.2. Misión	30
1.7.3. Visión	30
1.7.4. Servicios Tecnológicos	30
1.7.5. Análisis y segmentación	35
1.7.6. Posiciones Arancelarias de los productos seleccionados por PRODE PLÁSTICO	36
2. INTELIGENCIA DE MERCADOS	38
2.1. PRESELECCIÓN DE PAISES	38
2.1.1. Exportaciones colombianas de los productos seleccionados	39

2.1.1.1. Las Demás de Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Materias de las Partidas No. 39,01 a 39,14 (3926909090)	39
2.1.1.2. Jeringas de Plástico, incluso con aguja (9018312000)	42
2.1.1.3. Los Demás de Demás bombonas, (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares, de Plástico (3923309090)	44
2.2. MERCADOS IMPORTADORES POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS ESCOGIDOS	48
2.2.1. Las Demás de Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Materias de las Partidas No. 39,01 a 39,14 (3926909090)	48
2.2.1.1. Bolivia	49
2.2.1.2. Ecuador	51
2.2.1.3. Perú	53
2.2.2. Jeringas de Plástico, incluso con aguja (9018312000)	54
2.2.2.1. Bolivia	55
2.2.2.2. Ecuador	57
2.2.3. Los Demás de Demás bombonas, (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares, de Plástico (3923309090)	58
2.2.3.1. Venezuela	59
2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	61
2.3.1. Principales Competidores	61
2.3.1.1. Estados Unidos	62
2.3.1.2. México	63
2.3.1.3. China	64
2.3.2. Principales empresas competidoras Nacionales e internacionales	65
2.3.2.1. Las Demás de Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Materias de las Partidas No. 39,01 a 39,14 (3926909090)	65
2.3.2.2. Jeringas de Plástico, incluso con aguja (9018312000)	70
2.3.2.3. Los Demás de Demás bombonas, (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares, de Plástico (3923309090)	72
2.4. MARCO DE LOS PAÍSES PRESELECCIONADOS (AFINIDAD POLÍTICA, ECONÓMICA Y SOCIAL)	75
2.4.1. Bolivia	76
2.4.2. Ecuador	78
2.4.3. Perú	80
2.4.4. Venezuela	82
2.5. PREFERENCIAS ARANCELARIAS	83
2.5.1. Las Demás de Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Materias de las Partidas No. 39,01 a 39,14 (3926909090)	84
2.5.2. Jeringas de Plástico, incluso con aguja (9018312000)	87
2.5.3. Los Demás de Demás bombonas, (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares, de Plástico (3923309090)	90
2.6. DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE EN LA CAN	94
2.7. CONCLUSIONES PRELIMINARES	99

3.	SELECCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO	101
3.1.	MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADO	101
3.1.1.	Evaluación de los países	104
3.2.	OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DE LA ASOCIACIÓN PRODE PLÁSTICO DEL SUBSECTOR PRODUCTIVO DEL PLÁSTICO AL INGRESAR AL MERCADO DE ECUADOR	105
3.2.1.	Matriz de Evaluación de Factores Externos	109
3.2.2.	Estrategia de ingreso a Ecuador	112
3.2.2.1.	Distribuidores de productos plásticos en Ecuador	113
4.	DEFINICIÓN DE CRITERIOS DE EXPORTACIÓN EN ECUADOR	115
4.1.	MARCO ACTUAL DE ECUADOR	115
4.1.1.	Reseña general del país objetivo	115
4.1.2.	Situación económica actual	116
4.1.2.1.	Principales sectores en la economía ecuatoriana	117
4.1.2.2.	Principales productos importados por Ecuador a Colombia	119
4.1.2.3.	Principales productos exportados por Ecuador a Colombia	119
4.1.3.	Situación Política	119
4.1.3.1.	Sistemas políticos	120
4.2.	POTENCIAL DE MERCADO EN ECUADOR PARA LOS PRODUCTOS DE INTERÉS	121
4.2.1.	Importaciones totales de Ecuador	121
4.2.2.	Exportaciones de Ecuador a Colombia y totales de las partidas de interés en dólares FOB	123
4.3.	CLIENTES DIRECTOS E INDIRECTOS EN ECUADOR	125
4.4.	COMPORTAMIENTO DE PRECIOS DE MATERIALES PLÁSTICOS EN ECUADOR	127
4.5.	LA CULTURA ECUATORIANA	127
4.5.1.	Reuniones de negocio	128
4.6.	MARCO COMERCIAL. REGULACIONES, RESTRICCIONES ESPECIALES Y NORMAS EN ECUADOR	128
4.6.1.	Ley de régimen de Maquila en Ecuador	130
4.6.2.	Requisitos de Licencias de Importación	131
4.6.3.	Etiquetado y requerimientos de Marca	131
4.6.4.	Derechos de propiedad intelectual	132
4.6.5.	Requisitos de Patentabilidad	133
4.7.	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD EN ECUADOR	134
4.8.	MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN ECUADOR	134
4.8.1.	Formas de organización de los negocios	135
4.9.	LOGÍSTICA DE ACCESO AL MERCADO. (SERVICIO Y TARIFAS DE TRANSPORTE EN ECUADOR)	136
4.9.1.	Servicio de transporte terrestre	137
4.9.2.	Servicio de transporte marítimo	137
4.9.3.	Servicio de transporte aéreo	138

5.	SEGUNDO MERCADO OBJETIVO: PERÚ	140
5.1.	MARCO ACTUAL DE PERÚ	140
5.1.1.	Reseña actual de Perú	140
5.1.2.	Situación económica actual	141
5.1.3.	Situación Política	143
5.2.	POTENCIAL DE MERCADO PARA LOS PRODUCTOS DE INTERÉS EN PERÚ	144
5.2.1.	Importaciones totales de Perú	144
5.2.2.	Exportaciones de Perú a Colombia y totales de las Partidas arancelarias de interés en dólares FOB	146
5.3.	COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS DE LAS RESINAS PLÁSTICAS EN PERÚ	148
5.4.	CLIENTES POTENCIALES EN PERÚ	148
5.5.	LA CULTURA PERUANA	150
5.5.1.	Reuniones de negocio	151
5.6.	MARCO COMERCIAL EN PERÚ. REGULACIONES, RESTRICCIONES Y REQUERIMIENTOS ESPECIALES	151
5.6.1.	Etiquetado	153
5.6.2.	Derechos de propiedad intelectual	154
5.6.3.	Registro de Marcas y Patentes	155
5.7.	MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN PERÚ	156
5.8.	LOGÍSTICA DE ACCESO AL MERCADO. SERVICIO Y TARIFAS DE TRANSPORTE EN PERÚ	159
5.8.1.	Servicio de transporte terrestre	159
5.8.2.	Servicio de transporte marítimo	159
5.8.3.	Servicio de transporte aéreo	161
5.8.4.	Otros aspectos para manejo logístico en destino	163
6.	CONCLUSIONES	164
	BIBLIOGRAFÍA	166

LISTA DE CUADROS

Pág.

Cuadro 1. Indicadores de las industria colombiana Química, del Plástico, del Caucho y Manufacturera nacional.	24
Cuadro 2. Asociaciones clientes del CDT ASTIN a nivel nacional	35
Cuadro 3. Posiciones Arancelarias de los productos seleccionados	37
Cuadro 4. Exportaciones totales de la Posición Arancelaria 3926909090	39
Cuadro 5. Exportaciones totales de la posición 9018312000	42
Cuadro 6. Exportaciones totales de la Posición 3923309090	44
Cuadro 7. Observaciones de las Posiciones arancelarias de interés en Colombia	47
Cuadro 8. Importaciones de Bolivia (Peso neto en Kilogramos y Valor)	49
Cuadro 9. Importaciones de Ecuador (Peso neto en Kilogramos y Valor)	51
Cuadro 10. Importaciones de Perú (Peso neto en Kilogramos y Valor)	53
Cuadro 11. Importaciones de Bolivia (Peso neto en Kilogramos y Valor)	55
Cuadro 12. Importaciones de Ecuador (Peso neto en Kilogramos y Valor)	57
Cuadro 13. Importaciones de Venezuela (Peso neto en Kilogramos y Valor)	59
Cuadro 14. Empresas internacionales para la Posición 3926909090	66
Cuadro 15. Empresas colombianas para la Posición 3926909090	69
Cuadro 16. Empresas internacionales para la Posición 9018312000	70
Cuadro 17. Empresas colombianas para la Posición 9018312000	72
Cuadro 18. Empresas internacionales para la Posición 3923309090	72
Cuadro 19. Empresas colombianas para la Posición 3923309090	74
Cuadro 20. Arancel general que paga Colombia hacia los países de la CAN (3926909090)	84
Cuadro 21. Preferencias arancelarias para Colombia según la CAN (3926909090)	85
Cuadro 22. Impuestos adicionales en los países de la CAN (3926909090)	86
Cuadro 23. Arancel general que paga Colombia hacia los países de la CAN (9018312000)	87
Cuadro 24. Preferencias arancelarias para Colombia según la CAN (9018312000)	88
Cuadro 25. Impuestos adicionales en los países de la CAN (9018312000)	89
Cuadro 26. Arancel general que paga Colombia hacia los países de la CAN (3923309090)	90
Cuadro 27. Preferencias arancelarias para Colombia según la CAN (3923309090)	91
Cuadro 28. Impuestos adicionales en los países de la CAN (3923309090)	92
Cuadro 29. Disponibilidad de transporte en los países de la CAN	94
Cuadro 30. Tarifas marítimas en la CAN	97

Cuadro 31. Tarifas aéreas en la CAN. Aeropuerto/aeropuerto	97
Cuadro 32. Norma de origen para las Posiciones arancelarias en la CAN	98
Cuadro 33. Matriz de Selección de Mercado	102
Cuadro 34. Oportunidades y Amenazas en Ecuador del subsector del plástico	106
Cuadro 35. Matriz de Evaluación de Factores Externos para la industria del Plástico	110
Cuadro 36. Distribución territorial poblacional de Quito y Guayaquil	112
Cuadro 37. Balanza comercial de Ecuador	118
Cuadro 38. Balanza comercial bilateral	118
Cuadro 39. Importaciones de Ecuador de la Posición: 3926909000 Los Demás	121
Cuadro 40. Importaciones de Ecuador de la Posición: 9018312000 De Plástico	122
Cuadro 41. Importaciones de Ecuador de la Posición: 3923309000 Los Demás	122
Cuadro 42. Exportaciones de Ecuador de la Posición: 3926909000 Los Demás	123
Cuadro 43. Exportaciones de Ecuador de la Posición: 3923309000 Los Demás	124
Cuadro 44. Normas reguladoras de Ecuador para la posición 90183120 --- De Plástico	129
Cuadro 45. Normas reguladoras de ecuador para las posiciones 3926909000 y 3923309000, Los Demás.	130
Cuadro 46. Tarifas referenciales de transporte marítimo de Colombia a Ecuador	138
Cuadro 47. Servicio aéreo referencial de Cali a Ecuador	139
Cuadro 48. Tarifas referenciales aéreas de Cali a Ecuador	139
Cuadro 49. Balanza comercial de Perú	142
Cuadro 50. Balanza comercial bilateral	142
Cuadro 51. Importaciones de Perú de la Posición: 3926909090 Los Demás	144
Cuadro 52. Importaciones de Perú de la posición 9018312000 De Plástico	145
Cuadro 53. Importaciones de Perú de la posición 3923309000 Los Demás	145
Cuadro 54. Exportaciones de Perú de la Posición: 3926909090 Los Demás	146
Cuadro 55. Exportaciones de Perú de la Posición 9018312000 De Plástico	147
Cuadro 56. Exportaciones de Perú de la Posición 3923309000 Los Demás	147
Cuadro 57. Normas reguladoras de Perú para la posición 90183120 --- De Plástico	152
Cuadro 58. Normas reguladoras de Perú para las posiciones 3926909090 y 3923309000 Los Demás	153
Cuadro 59. Tarifas referenciales marítimas de Cali a Perú	161
Cuadro 60. Servicio aéreo referencial de Cali a Perú	162
Cuadro 61. Tarifas referenciales aéreas de Cali a Perú	162

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Proceso de la cadena productiva de plástico	23
Figura 2. Total exportaciones de la Posición 3926909090 (año 2003)	40
Figura 3. Destino de exportaciones de la Posición 3926909090	40
Figura 4. Concentración regional de exportaciones de la Posición 3926909090	41
Figura 5. Total exportaciones de la Posición 9018312000 (Año 2003)	42
Figura 6. Destino de las exportaciones de la Posición 9018312000	43
Figura 7. Concentración regional de exportaciones de la Posición 9018312000	43
Figura 8. Total exportaciones de la Posición 3923309090(Año 2003)	45
Figura 9. Destino de las exportaciones Colombianas de la Posición 3923309090	45
Figura 10. Concentración regional de exportaciones de la Posición 3923309090, Año 2003	46
Figura 11. Importaciones totales en Bolivia (año 2001)	49
Figura 12. Proveedores en Bolivia (Origen de las importaciones)	50
Figura 13. Importaciones totales de Ecuador (año 2004)	51
Figura 14. Proveedores en Ecuador (Origen de las importaciones)	52
Figura 15. Importaciones totales en Perú (año 2004)	53
Figura 16. Proveedores en Perú (Origen de las importaciones)	54
Figura 17. Importaciones totales de Bolivia (Año 2001)	55
Figura 18. Proveedores en Bolivia (Origen de las importaciones)	56
Figura 19. Importaciones totales de Ecuador (Año 2004)	57
Figura 20. Proveedores de Ecuador (Origen de las importaciones)	58
Figura 21. Importaciones totales de Venezuela (Año 2004)	59
Figura 22. Proveedores de Venezuela (Origen de las importaciones)	60

RESUMEN

Dentro de la presente investigación se tiene como fin la definición de criterios de exportación en el país de Ecuador, que pueda ser aplicado a las Pymes de PRODE PLÁSTICO.

El desarrollo de este documento, se plantea mediante la conformación de cuatro capítulos básicos, descritos de manera interpretativa, como herramienta aplicable para la determinación de una exportación de éxito.

En el primer capítulo, se establece la estructura y planeación esencial de la investigación, partiendo como punto de referencia, el principal problema de estudio identificado como: “la falta de conocimiento y dificultad de las Pymes de PRODE PLÁSTICO, para definir, planear y gestionar un futuro factible y deseable, lo cual les impide insertarse en los mercados globales, generando riqueza, bienestar y empleo”.

El segundo capítulo, pauta la realización de un proceso de Inteligencia de Mercado en los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), identificando el espectro actual, entre cada uno de los mercados y los productos seleccionados por la asociación¹, indispensables para la definición un mercado objetivo factible.

En el tercer capítulo, se identifica el mercado objetivo. Para ello, se realizó una Matriz de Selección de Mercado, en el que fueron evaluados factores macroeconómicos, sociales, políticos, oferta de transporte, barreras comerciales, total de exportaciones colombianas de las diferentes Posiciones Arancelarias, información sobre el mercado, competencia y experiencias comerciales; el cual permitió una mejor elección al escoger a Ecuador como mercado objetivo y a Perú como segundo mercado viable en una futura exportación. Por consiguiente, se elaboró una Matriz para evaluar factores externos (Oportunidades y Amenazas) en la industria plástica al ingresar al mercado de Ecuador y su estrategia de ingreso.

Finalmente, el capítulo cuarto encierra la definición de criterios de exportación necesarios para ingresar a Ecuador satisfactoriamente, según los parámetros establecidos en dicho país y un segundo mercado como alternativa viable de exportación.

¹ Mallas/pitillos para flores: 3926909090
Jeringas y aplicadores plásticos: 9018312000
Envases plásticos 3923309090

INTRODUCCIÓN

Los notables cambios durante los últimos años en la economía, producidos a escala mundial especialmente el proceso de la globalización, han afectado de diversas maneras a todas las actividades de la economía.

Si bien es cierto que la globalización ha enmarcado un gran espectro de librecomercio entre los bienes y servicios permitiendo la unión y equidad de los países por medio de los acuerdos comerciales, existe cierto desacuerdo o desbalance dado entre la industria plástica de la mayoría de países latinoamericanos frente a los grandes países productores de plástico como lo son Estados Unidos, los países asiáticos, Bélgica, España, Italia, entre otros; quienes ven en ellos una gran amenaza, especialmente las Pequeñas y Medianas empresas, al afrontar grandes diferencias de desarrollo, en cuanto a tecnología, investigación e innovación y dificultades del mercado global por desconocimiento sobre temas de acceso, demanda del mercado, barreras, normas, entre otros, en los países internacionales y en general de todo el proceso que encierra la realización de una exportación.

En Colombia, la industria del plástico no ha sido la excepción; las Pymes en especial, han tenido que enfrentarse a un cambio de mentalidad, lo cual repercute en replantear sus procesos y estrategias organizacionales frente a la búsqueda de nuevas oportunidades, lo que hace que deban volverse mas competitivas y por ende tener un mayor acercamiento frente a temas concernientes de comercio exterior y la forma de incursionar en el ámbito internacional, con el fin de tornar más viable la adaptación a las nuevas circunstancias.

El presente documento da cuenta sobre el desarrollo de una pasantía con investigación, que parte de una de las principales necesidades que tienen las Pymes asociadas a PRODE PLÁSTICO del CDT ASTIN del SENA, la cual obedece en términos generales a la dificultad que tienen las Pymes para insertarse y crecer en mercados internacionales.

La definición de criterios de exportación al Ecuador, se desarrolló con el fin de que dicha asociación, pueda vislumbrar de una mejor manera, qué factores deben ser aplicados en un proceso exportador, conociendo detalladamente las principales oportunidades y amenazas del subsector del plástico al ingresar a dicho mercado, determinando una estrategia de ingreso; apoyando de esta forma, el fortalecimiento de las Pymes en pro de definir la viabilidad, factibilidad e ingreso

en los mercados internacionales, sirviéndoles como base fundamental para el desarrollo de planes exportadores.

Dentro de un proceso de Inteligencia de Mercados, se identifica y desarrollan los pasos necesarios para incursionar en un mercado internacional, identificando los factores que intervienen en el mercado y que ejercen influencia sobre los productos, indispensables para la definición un mercado objetivo factible.

1. PLANEACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1. Antecedentes. Durante años, las Pymes han sido protagonistas sobre diversos temas de discusión respecto a su participación en la economía del país; si bien es cierto, que a pesar de la serie de dificultades comúnmente conocidas sobre el desempeño de gestión administrativa y de recursos, no se puede negar que las Pymes han presentado un desarrollo y ascenso positivo para la economía del país, a tal punto que hoy se les reconoce como las principales reactivadoras de la economía, y no es para menos, pues las Pequeñas y Medianas, junto con las Micro empresas, conforman la mayoría de la base empresarial colombiana. Sin embargo, el entorno nacional ha cambiado debido al panorama global en el que nos encontramos inmersos actualmente a causa de la internacionalización de los mercados y la irreversible tendencia de la apertura comercial; por tal razón, la globalización del mercado debe entenderse no como algo forzado por las naciones más desarrolladas, con el propósito de aumentar sus riquezas o mostrar superioridad; si no más bien, como el efecto que ha surgido ante países que cuentan con una estructura social, económica y política bien establecida, que le permite ingresar con mayor facilidad, aprovechando y sacando ventaja de un comercio caracterizado por su gran dinamismo y constante crecimiento. Pero según este suceso, ¿Qué ocurre con las Pymes de las Cadenas Productivas Metalmecánica y Petroquímica – Plástico – Caucho clientes del CDT ASTIN?

El ASTIN como programa de Asistencia Técnica a la Industria del Valle del Cauca, viendo a las Pymes concientizadas en que la realidad empresarial se caracteriza por un proceso dinámico y continuo de adaptación a un entorno cambiante, donde la innovación, los cambios tecnológicos, la competencia y el espectro global, en el que este último incorpora la tendencia al libre comercio; son la expresión de una creciente complejidad, pero también, la plataforma para lograr competitividad y permanecer en el mercado; la mayoría de Pymes identificaron que existe una gran incertidumbre en el tema de incursionar en los mercados extranjeros dada la falta de información para definir oportunidades comerciales competitivas, poca capacitación y gestión gerencial en el área internacional y limitado acceso a tecnologías, lo cual repercute en una baja capacidad administrativa para vincularse con el sector externo; en vista de lo anterior, el CDT ASTIN determinó

que era necesario apoyarlas de manera conjunta con el fin de generar sinergias, obteniendo todas un mismo tratamiento, pues la mayoría de Pymes apuntaban hacia el mismo problema, así fue que de esta forma se les explico la asociatividad no como un medio de atacar a su competencia, si no por el contrario, lo que podrían llegar a lograr al centrar sus esfuerzos para conseguir entre todas su principal objetivo y el fortalecimiento de sus capacidades, por medio de la transferencia de conocimiento y asistencia del CDT ASTIN.

De esta manera se conformaron como semillas de clusters, doce asociaciones que se encuentran en todo el país; tres a nivel regional, entre ellas (PRODE PLÁSTICO, PRODE CAUCHO Y ASMETALES) y nueve asociaciones a nivel nacional (ASOCIACIÓN METALICA, COODEPLÁSTICO, ASOMETAL, ASOMECAR, CONMETALCOL, ASOCIACIÓN METALMECANICA, PRODE METALMECÁNICO, uno en Barranquilla y otro en Bucaramanga, y ASOCIACIÓN INDUSTRIAL) respectivamente.

1.1.2. Planteamiento del problema. El principal problema que atraviesan las Pymes clientes del CDT ASTIN se debe a la falta de conocimiento y dificultad para definir, planear y gestionar un futuro factible y deseable, lo cual les impide insertarse en los mercados globales, generando riqueza, bienestar y empleo.

El Centro de Desarrollo Tecnológico ASTIN del SENA, como entidad que participa activamente en la solución de dificultades de la Pequeña y Mediana industria en la producción de bienes de capital; y aun mejor desempeño de la región a nivel industrial, gestionó un proyecto denominado “Diseño de la oferta formativa y de servicios tecnológicos del CDT ASTIN para el apoyo integral a las Pymes de los subsectores Metalmecánica, Plástico y Caucho”. Dentro de este proyecto me encuentro encargada de la ejecución de Mercados Actuales, lo cual responde a la definición de criterios de exportación que se puedan aplicar a las Pymes asociadas de PRODE PLASTICO.

Dentro del marco del proyecto “Mercados Actuales” se pretende llevar a cabo una Inteligencia de Mercados que sirva de soporte para la definición de criterios de Exportación en el mercado ecuatoriano, en el cual todas las Pymes asociadas a PRODE PLASTICO y las demás Pymes clientes del ASTIN, identifiquen de una manera clara como pueden aplicar dichos discernimientos en el momento de expandirse a un nuevo mercado, y puedan determinar, cuales pueden ser los países mas adecuados y potenciales, con el fin de desarrollar nuevas

oportunidades en mercados futuros para realizar un proceso de exportación de éxito, aprovechando la mano de obra y generar mayor valor agregado. De esta manera, ganar posicionamiento por parte del Centro ASTIN como el principal proveedor de tecnología e información para su direccionamiento estratégico y talento humano.

1.1.3. Formulación del problema. ¿Mediante que manera las Pymes de PRODE PLÁSTICO pueden tener un mayor acercamiento en los mercados globales y de esta manera incursionar sus productos al exterior?

1.2. JUSTIFICACIÓN

Los últimos años, el gobierno Colombiano ha establecido estrategias y políticas orientadas a la labor de la preparación del aparato productivo, en el escenario actual de integración, en donde participan diversas entidades, tanto del sector público como del privado, afinando diversos instrumentos como los recursos financieros, recursos y garantías, capacitación, promoción y desarrollo, apoyo a las Pymes, promoción a las exportaciones, entre otros, con el fin de fortalecer y mejorar la competitividad y el desarrollo de las empresas en pro de la construcción de una economía nacional sostenible en el largo plazo.

El CDT ASTIN del SENA, hace parte de una de las entidades públicas encargadas de brindar apoyo y asistencia técnica a una de las cadenas productivas más grandes en el país como lo es la Petroquímica-Plástico-Caucho y Metalmecánica. El Centro ha venido trabajando, con el propósito de mejorar la competitividad y productividad de sus sectores objetivo, en especial en el subsector del plástico, por medio de proyectos de investigación que conllevan al desarrollo de nuevas oportunidades tecnológicas y de producto-mercado, atendiendo de esta forma las necesidades de sus clientes.

La cadena productiva de los plásticos es una de las más importantes del país. Esta presenta un crecimiento anual del 8 por ciento, ello implica que cada 10 años se dobla el consumo de los productos plásticos en Colombia. Adicional a esto el sector plástico, es un exportador directo e indirecto, ya que muchos de los

productos que se exportan incluyen materiales plásticos, como por ejemplo, las exportaciones de flores y productos agrícolas llevan empaques plásticos.

La cadena productiva Petroquímico, Plástico y Caucho en Colombia tiene gran potencial para la inversión en el país debido al tamaño de su mercado, el cual en ventas alcanzó en el año 2004 US\$ 5.685 millones, su competitividad internacional que se demuestra por ser el segundo sector de exportaciones, equivalentes a US\$ 1.697 millones para el 2004, y por poseer bajas barreras a la entrada de inversión, gracias a lo cual se consolidó como el primer sector en recibir inversión extranjera directa con US\$ 1.654 millones en el periodo 1994-2004².

En el desarrollo de la Inteligencia de Mercados, se estudiarán los países de la Comunidad Andina, por tener características similares y por su cercanía geográfica. Por otro lado al analizar las exportaciones en el ámbito regional encontramos que para el Valle del Cauca, durante los años 2001-2005 los mayores compradores han sido Venezuela, Ecuador, Estados Unidos y Perú. Para una participación en el primer trimestre del 2005, Venezuela con (16.88%), Ecuador (15.72%), Estados Unidos (15.68%) y Perú con (9.59%). Según datos del DANE.

Lo anterior demuestra que los destinatarios de las exportaciones han sido principalmente los países andinos y el mercado estadounidense, lo cual refleja una oportunidad que se aprovecharía por medio de la CAN, de aumentar y ampliar la oferta exportable del Valle del Cauca en estos países, beneficiándose por dicho acuerdo.

² COLOMBIA. PERFIL SECTORIAL QUÍMICO-PLÁSTICO-CAUCHO. Dirección de información comercial [en línea]. Bogotá: Subdirección de análisis de inversión Colombiana, 2003. [consultado 11 de Abril, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co/inversion>

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general. Definir criterios principales de exportación en Ecuador que se pueda aplicar a las Pymes asociadas de PRODE PLÁSTICO, en el subsector del plástico.

1.3.2. Objetivos específicos

- Realizar un proceso de Inteligencia de Mercado para cinco productos³ seleccionados por la asociación PRODE PLÁSTICO en los países miembros de la Comunidad Andina.
- Identificar las principales Amenazas y Oportunidades del subsector del plástico al ingresar al país de Ecuador.
- Seleccionar una estrategia de ingreso en el mercado de Ecuador y un segundo mercado que sirva como alternativa comercial viable.
- Definir los criterios de exportación de los productos escogidos por la asociación PRODE PLÁSTICO en Ecuador y en un segundo mercado objetivo (Perú).

³ Mallas/pitillos para flores: 3926909090
Jeringas y aplicadores plásticos: 9018312000
Envases plásticos 3923309090

1.4. MARCO CONCEPTUAL

Actualmente las Pequeñas y Medianas empresas, Pymes se han convertido en una de las principales fuentes de desarrollo en Colombia, debido a su gran potencial como generadoras de empleo y producción de bienes y servicios, siendo protagonistas en la reactivación de la economía dentro de los diferentes sectores productivos, conformando mayoritariamente la base empresarial colombiana.

Sin embargo, dado el panorama de globalización que vivimos los países actualmente, se ha obligado a que los empresarios comiencen a visionar y pensar en un mercado más allá del local al que estaban acostumbrados, razón por la que las Pymes no pueden ser la excepción, pues ellas son el componente vital para el desarrollo económico y social del país, ya que las Pymes agrupan cerca del 91% de las empresas manufactureras, participan con el 30% del total de la producción, generan un poco más del 43% del empleo industrial, realizan más del 20% de las exportaciones no tradicionales y pagan alrededor del 50% de los salarios, de acuerdo con datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el DANE.

En 1999 el Gobierno elaboró el Plan Estratégico Exportador buscando el crecimiento y diversificación de las exportaciones no tradicionales, el cual incluyó el Programa Expopyme dirigido a promover la posición exitosa y permanente de las exportaciones de las Pymes y su adaptación a las exigencias de la economía mundial con el objetivo de duplicar y diversificar las exportaciones de productos no tradicionales.

Por otro lado, nuestro país es una de las naciones que desde hace varios años atrás viene participando en diferentes integraciones comerciales, de igual manera continúa trabajando para estar en las mejores condiciones que le permitan tomar provecho de estos, y representen a la nación un progreso tanto económico como social.

Los acuerdos comerciales convertidos en una realidad, son un suceso que aunque algunos estén de acuerdo y muchos otros se sientan amenazados de forma más directa; ha contribuido a corto y/o a largo plazo en el desarrollo económico de muchos países.

En la actualidad Colombia pertenece a la Organización Mundial del Comercio (OMC), Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), Comunidad Andina de Naciones (CAN), Tratado Grupo de los Tres (G3), Asociación de Estados del

Caribe (AEC). De igual manera, cuenta con las preferencias comerciales concedidas por el SGP Andino con la Unión Europea, ATPDEA con Estados Unidos, SGP Sistema Generalizado de Preferencias Asia – Pacífico y Canadá. Adicionalmente, Colombia ha firmado acuerdos bilaterales con otros países como: Israel, Federación Rusa, India, China, Corea del Sur, Malasia, Indonesia, Hungría, República Checa, Polonia, Rumania, Argelia, Kenya, Egipto, Marruecos, Costa de Marfil.

El próximo acuerdo a decretarse es el TLC con Estados Unidos; considerado por algunos actores, como uno de los más importantes en su historia, debido al tamaño de la demanda y ser uno de los mercados en los que se presentan los mayores consumidores del mundo.

Independiente de los acuerdos a los que pertenezca Colombia, en todos estos se evidencian oportunidades y amenazas para la oferta productiva del país.

Oportunidades desaprovechadas y preocupaciones que se encuentra más destacada en los Micros, Pequeños y Medianos empresarios ya que son los que presentan más limitantes; directamente relacionados con la organización como dificultades estructurales, tecnológicas y financieras; a demás del desconocimiento o incumplimiento de los requerimientos, exigencias y normas que los cobija.

El libre comercio es un tema que involucra muchos actores (gobierno, industria, instituciones educativas y sociedad). Es importante que cada actor reconozca su posición, las actividades, la responsabilidad e interrelación que tiene dentro de la cadena; para así lograr una mayor sinergia que permita un mejor desempeño y participación del país, en los diferentes ámbitos internacionales.

1.4.1. La Comunidad Andina de Naciones. En el proceso de Inteligencia de Mercado se estudiarán los países miembros de la CAN, en la primera fase correspondiente a Preselección de Mercados, por esta razón, es necesario anotar que aunque Venezuela, ya no pertenece oficialmente a dicho acuerdo, será incluida dentro de la presente investigación dado el fuerte lazo comercial bilateral existente, idiosincrasia y preferencias arancelarias vigentes.

1.4.1.1. Antecedentes y actualidad en la CAN. El problema de la CAN surgió debido a las dificultades y diferencias entre sus países integrantes (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú, Venezuela) al manifestar la inconformidad por parte de Venezuela hacia Colombia y Perú al firmar un Tratado de Libre Comercio con

Estados Unidos, así fue como en Abril del presente año, el presidente de Venezuela, Hugo Chávez, aseguró que su Nación dejaría de ser país miembro de la CAN, por considerar que la unidad andina sería lesionada por los TLC; Sin embargo, replantearía su decisión, siempre y cuando Colombia y Perú no reconsideraran la firma de los Tratados de Libre Comercio negociados con EE UU. Los presidentes de Perú y Colombia coincidieron en que la firma del TLC era una decisión soberana y de libre autodeterminación de los pueblos.

De esta manera, Venezuela interpuso la denuncia del Acuerdo de Cartagena ante la CAN, la cual fue sustentada con el fin de proteger los intereses nacionales de producción agrícola e industrial de Pequeños, Medianos y Grandes productores de su país, frente a los TLC negociados con EE UU por Colombia y Perú.

Actualmente los cuatro socios andinos, lograron conseguir el aval de Europa para iniciar un proceso preliminar, durante el presente año, que puede abrir el camino a un acuerdo de integración entre las dos regiones, y asegurar un potencial socio comercial. Las cuatro naciones andinas definirán las condiciones que la CAN va a presentar, como bloque, al momento de dar curso a las negociaciones interregionales con la UE y tendrán reuniones con el bloque europeo para definir las bases de un potencial acuerdo.

1.4.2. El plástico dentro de la Cadena Petroquímica. Es necesario identificar que los Plásticos hacen parte de la cadena productiva Petroquímica-Caucho y Fibras sintéticas, por ser resinas sintéticas cuyas moléculas son polímeros (compuestos formados por grandes cadenas orgánicas), los cuales se obtienen del Petróleo.

El petróleo se refina para formar moléculas orgánicas pequeñas, llamadas monómeros, que luego se combinan formando polímeros resinosos, para la producción de las materias primas petroquímicas básicas (olefinas y aromáticos), la producción de insumos intermedios como (Polietileno de Baja Densidad, Cloruro de Polivinilo, Poliestireno, Polipropileno, Resinas, entre otros), y de producción de bienes los cuales pueden ser transformados en fibras sintéticas o materiales plásticos sólidos.

Para la producción de los transformados plásticos, se utilizan principalmente los elastómeros termoplásticos como el polietileno, polipropileno, acrílico, resinas ABS, Acetato de Celulosa, Nylon, Poliéster, el Politetrafluoroetileno (PTFE), el Polisobutileno (PIB), el Poliestireno, el Cloruro de Polivinilo (PVC), el Polietilen

Tereftalato (PET), el Acetato de Polivinilo (PVA), entre otros, adicionándose algunos aditivos.

En los últimos años, productos como el Cloruro de Polivinilo (PVC), el Polipropileno, el Poliestireno, las Resinas PET, la Caprolactama, las fibras poliestéricas y el negro de humo han constituido los principales rubros de exportación. Gran parte de este empuje exportador se debe al aprovechamiento de las preferencias arancelarias otorgadas en acuerdos comerciales a Colombia.

Forma y acabado: Las técnicas empleadas para conseguir la forma final y el acabado de los plásticos dependen de tres factores: tiempo, temperatura y deformación. La naturaleza de muchos de estos procesos es cíclica, si bien algunos pueden clasificarse como continuos o semicontinuos.

Una de las operaciones más comunes es la extrusión que es un aparato que bombea el plástico a través de un molde con la forma deseada. Los productos extrusionados, como por ejemplo los tubos, tienen una sección con forma regular, la máquina de extrusión también realiza otras operaciones, como moldeo por soplado o moldeo por inyección.

Otros procesos utilizados son el moldeo por compresión, en el que la presión fuerza al plástico a adoptar una forma concreta, y el moldeo por transferencia, en el que un pistón introduce el plástico fundido a presión en un molde. El calandrado es otra técnica mediante la que se forman láminas de plástico. Algunos plásticos, y en particular los que tienen una elevada resistencia a la temperatura, requieren procesos de fabricación especiales. Por ejemplo, el politetrafluoretileno tiene una viscosidad de fundición tan alta que debe ser prensado para conseguir la forma deseada, y sinterizado, es decir, expuesto a temperaturas extremadamente altas que convierten el plástico en una masa cohesionada sin necesidad de fundirlo.

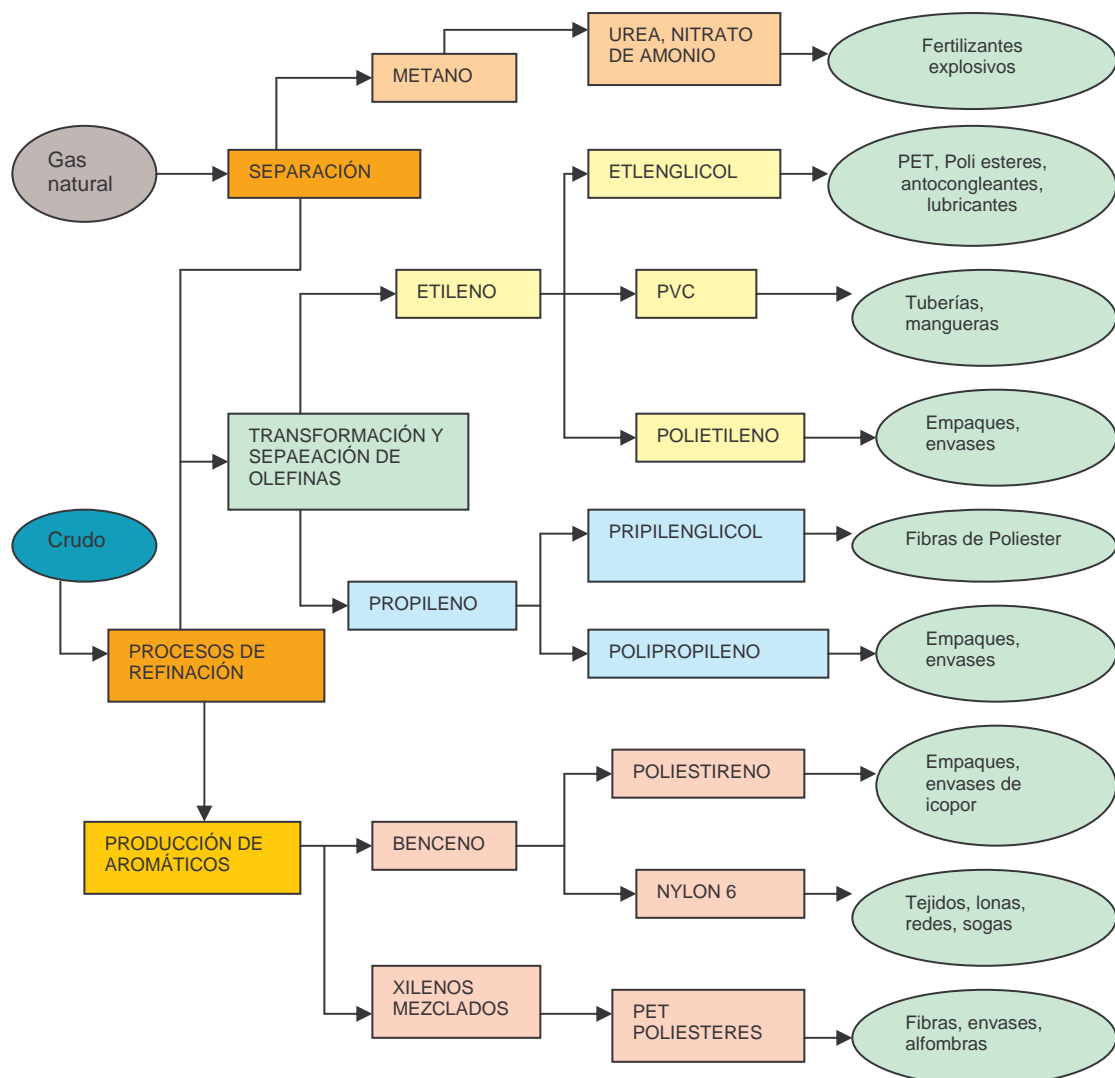
Hoy día, esta Cadena productiva se caracteriza por presentar una oferta competitiva, donde hay presencia de muchas empresas de tipo Pequeño y Mediano, en particular en la producción de plásticos, y de una importante producción en la mayoría de las líneas, tanto para el mercado interno como el externo.

La oferta de productos plásticos se dirige a una amplia gama de actividades industriales y de consumo final como las manufacturas de autopartes, envases, empaques, juguetería, calzado, la producción de accesorios sanitarios y artículos

de uso doméstico. Igualmente se orienta hacia sectores estratégicos como la construcción y la agricultura.

Debido a que los plásticos son materiales versátiles, duraderos y baratos de fabricar, el uso de estos aumenta cada vez más, porque son materiales que pueden reemplazar a muchos otros, como el metal, la madera, el papel, la cerámica y el vidrio. Los plásticos se encuentran disponibles en todo momento, y son empleados tanto para fabricar objetos cotidianos como productos de alta tecnología.

Figura 1. Proceso de la cadena productiva de plástico



1.4.2.1. Análisis de la Industria Química, Industria del Plástico e Industria del Caucho en Colombia. Según el Cuadro 1, la Industria Química, Plástico y Caucho en Colombia, se encuentra conformada por 1.304 empresas, distribuidas de la siguiente manera: 136 establecimientos de la Industria Química Básica, 405 establecimientos de Otros Químicos, 66 empresas de Productos de Caucho y 427 empresas de Productos Plásticos, correspondiendo a una participación manufacturera QPC⁴ total de 15,1% dentro del total de la industria nacional, de los cuales se registraron 86.452 empleados representando el 16,3% del personal ocupado, en donde la industria del plástico obtuvo una participación del 6,1% del sector QPC.

El total de empresas de dichos sectores, tuvieron una producción bruta de US\$ 5.624,5 Millones en el año 2002, correspondiente al 18,7% de la participación industrial. Estas cuatro producciones sumadas representan en términos de producción, el primer sector de la industria nacional, donde la Industria Plástica, representa la segunda mayor producción QPC, después de Otros Productos Químicos. Por otro lado, El consumo de energía eléctrica tuvo un ascenso a 2.091,1 millones de kilowatios/hora, cuya participación fue el 17,9% de la industria manufacturera descrita en el año 2002.

Cuadro 1. Indicadores de las industria colombiana Química, del Plástico, del Caucho y Manufacturera nacional.

VARIABLE	QUIMICOS BÁSICOS (241)	OTROS QUÍMICOS (242)	PRODUCTOS DE CAUCHO (251)	PRODUCTOS DE PLÁSTICO (252)	TOTAL INDUSTRIA QPC	TOTAL INDUSTRIAL
Número de establecimientos	136	405	66	427	1.304	6.881
Participación en total manufactura (%)	2,0	5,9	1,0	6,2	15,1	100,0
Personal ocupado total	7.394	43.015	3.806	32.237	86.452	531.213
Participación en total manufactura (%)	1,4	8,1	0,7	6,1	16,3	100,0
Producción Bruta (Millardos de pesos)	2.938,2	7.508,7	478,7	3.180,5	14.106,1	74.947,6
(Millones de dólares ⁵)	1.171,5	2.994,0	190,9	1.268,1	5.624,5	29.883,9
Participación en total manufactura (%)	3,9	10,0	0,6	4,2	18,7	100,0

⁴ Industria Química, del Plástico y del Caucho.

⁵ Tasa de cambio promedio anual \$2.507,96 por dólar.

Valor Agregado (Millardos de pesos) (Millones de dólares) Participación en total manufactura (%)	1.200,9 478,8 3,7	3.875,7 1.545,4 11,8	218,7 87,2 0,7	1.341,3 534,8 4,1	6.636,6 2.646,2 20,3	32756,9 13.061,2 100,0
Consumo de Energía Eléctrica Millones de Kw. /hora. Participación en total manufactura (%)	852,8 7,3	457,1 3,9	80,4 0,7	700,8 6,0	2.091,1 17,9	11.713,8 100,0

Fuente: DANE, Encuesta Anual Manufacturera para datos industriales. ACOPLÁSTICOS. Plásticos en Colombia. No. 35. 2005. p. 30.

1.4.2.2. Las materias plásticas en Colombia. Las resinas plásticas de mayor uso en el país son los polietilenos, incluidos los de baja densidad convencional y lineales, los de media y alta densidad y algunos tipos de metalocenos, los policloruros de vinilo grado suspensión y emulsión, el homopolímero y los copolímeros de propileno, los poliestirenos de propósito general y de alto impacto y las resinas de polietilentereftalato para envases y láminas.

Este conjunto representa alrededor del 93-94% del tonelaje de materias plásticas procesadas; algunos de estos materiales se fabrican localmente y otros son importados.

1.4.2.2.1. Producción local de resinas plásticas. La capacidad instalada total para la producción de resinas plásticas en Colombia, pasó de 847 mil toneladas en 2003 a 883 mil toneladas en el año 2004.

Este aumento se explica por la ampliación de la capacidad instalada de polímeros de propileno en el 2004.

Los mayores volúmenes de producción corresponden, en su orden, a las plantas de policloruros de vinilo, polímeros de propileno, poliestirenos, polietileno de baja densidad convencional y resinas PET. Se dispone de oferta local, en menor consideración, de materiales tales como: poliéteres-poliolios derivados de óxido de propileno, sistemas de poliuretanos, resinas poliéster insaturadas, copolímeros de cloruro de vinilo y acetato de vinilo, resinas fenólicas, acrílicos y poliamida 6.

De la producción local de materias plásticas, un 52% del tonelaje global se destina a la exportación directa y el resto se transforma en semiproductos y manufacturas,

intermedios y de consumo final, los cuales a su vez se venden en el mercado doméstico y se exportan también a otros países. En los últimos años se han registrado cifras crecientes de exportaciones indirectas de unas materias plásticas, en particular de polímeros de cloruro de vinilo y de polímeros de propileno, equivalentes a un volumen adicional de 8% de la producción interna, de suerte que las ventas externas totales ascendieron en 2004 a un 60% del tonelaje de materias plásticas fabricado en Colombia.

Entre los principales países proveedores de Colombia de resinas plásticas de mayor consumo se encuentra Estados Unidos, Venezuela, Corea del sur, España, Francia, México y Bélgica. Por otro lado, los países principalmente compradores de Colombia de resinas plásticas son Perú, Estados Unidos, Venezuela, Ecuador, Costa Rica, República Dominicana, Guatemala, Chile y Brasil.

1.4.2.3. Precios. El precio de las materias primas o resinas plásticas se determinan en gran medida por el precio del petróleo. Cualquier variación en el precio del petróleo ejerce un efecto dominó sobre el resto de la cadena económica, provocando una caída del consumo y un aumento de la inflación; por esta razón se trata de uno de los sectores más volátiles e imprevisibles de la economía mundial.

Si el precio del petróleo sube, aumenta el precio de los carburantes, de los gasóleos de calefacción e industriales (transporte, agricultura, aviones, etc.), se incrementa el precio del transporte, y por ende el costo de las resinas plásticas, disparando los costes de producción de las empresas.

En el año pasado, los precios promedio de las importaciones de policloruro de vinilo y las resinas PET registraron aumentos del 29% y del 25%. No obstante, en los poliestirenos, la relación dólares por tonelada en los totales importados en 2004 se elevó en 20% y en los polímeros de propileno en un 15%. Los menores incrementos de precio fueron para el PVC emulsión y en el agregado de otras resinas, dichos aumentos se presentaron debido al aumento del precio del petróleo, alcanzando los US\$ 70 en el 2005 como consecuencia de los bajos niveles de producción.

1.5. ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.5.1. Método de la investigación. Se desarrollará bajo el *método Inductivo*, dado que la investigación parte de una situación específica que radica en el desconocimiento y dificultad que tienen las Pymes de PRODE PLASTICO para incursionar en los mercados internacionales; donde, para tal propósito se realizará una definición de criterios de exportación, que será desarrollada con base en una serie de pasos, trámites y procedimientos que requiere una exportación, según los parámetros del Ministerio de Comercio Exterior Colombiano y de las cuales han sido observados y aplicados en investigaciones anteriores muchas empresas a nivel nacional.

Ejecutando de esta manera, todo un proceso de recopilación, comparación de datos y análisis de información que permitan visionar claramente la toma de decisiones adecuada para la consecución y difusión de resultados satisfactorios en el proceso final de la investigación.

1.5.2. Metodología de la investigación. La definición de los criterios de exportación se presentará de manera explicativa; con el fin de que las Pymes de PRODE PLASTICO, no solo distingan que mercado y producto presentan mejores condiciones de exportación sino también conocer todo su proceso y el propósito que tiene para ellos incursionar en el mercado de Ecuador. Por otro lado, dichos criterios servirán de base para que otras Pymes se apoyen y se les facilite desarrollar planes de exportación según sea su perfil.

La ejecución de la investigación, se realizará entonces, bajo el lineamiento del proceso exportador del Ministerio de Comercio Exterior y la entidad principal encargada de promover las exportaciones colombianas, PROEXPORT como herramienta en el Capítulo II de Inteligencia de Mercados.

Lo primero que se realizará, es un proceso de Inteligencia del Mercado, mediante una primera fase conocida como Preselección de países, con los productos que identificaron los empresarios de la asociación de PRODE PLÁSTICO, específicamente en los países pertenecientes a la Comunidad Andina de Naciones CAN, en el cual se determinan los países clientes y proveedores que participan dentro del subsector del Plástico, es decir, el comportamiento de las exportaciones e importaciones entre quienes atienden la demanda y los países que compran;

además se conocerán las preferencias arancelarias para los productos objeto de investigación, de acuerdo a los convenios comerciales que apliquen para Colombia y su Distribución Física Internacional.

Por consiguiente, se realizará la segunda fase que hace referencia a la Selección de un Mercado Objetivo. Para este fin, se desarrollará una matriz con los países miembros de la CAN, la cual coadyuvará a la selección mercado objetivo más viable para un proceso de exportación y un segundo mercado que sirva como alternativa comercial factible, posterior a largo plazo.

La matriz de selección del mercado, consta de una serie de variables macroeconómicas, sociales, políticas, oferta de transporte, barreras comerciales, total de exportaciones colombianas de las diferentes Posiciones Arancelarias, información sobre el mercado, competencia y experiencias comerciales, que se evalúan dando una ponderación con cada uno de los países, según sea su incidencia; esta calificación va de 0,0 a 5,0, donde 0,0 significa la nota mínima, denotando mayores barreras y 5,0 determina la nota máxima en la que se denotan menores barreras. Cada una de estas variables representa un porcentaje base, que es aplicado finalmente a la calificación total. Al finalizar se procede a realizar comparación en cada uno de los países según los resultados obtenidos el cual debe conducir a la selección de mercado.

Por otro lado se determinarán las principales oportunidades y amenazas del subsector del plástico, por medio de una matriz de factores externos, con el fin de evaluar en que condiciones se encuentra dicha industria en el mercado ecuatoriano, definiendo una estrategia de ingreso y la definición de criterios de exportación en Ecuador y Perú.

Finalmente mediante un proceso de divulgación, se dará a conocer, como identificar, orientar y penetrar sus empresas hacia los mercados internacionales, con base en los resultados obtenidos.

1.6. TIPO DE INVESTIGACIÓN

1.6.1. Investigación exploratoria. Porque determina la búsqueda y exploración preliminar de variables necesarias para comparar entre los países de la CAN, diferentes entornos como el económico, comercial, cultural, social y político, a fin de vislumbrar una mejor perspectiva y comprensión de los mismos, llegando a la identificación determinante de selección de Ecuador como mercado objetivo.

1.6.2. Investigación descriptiva

- Porque define de forma detallada los criterios fundamentales de exportación en el mercado de Ecuador.
- Porque describe un marco referencial sobre la situación actual de los países de la CAN.
- Porque detalla un perfil entre los principales países y empresas competidoras de los productos seleccionados.
- Porque determina de manera general en que condiciones se encuentra el subsector productivo al cual se involucra la investigación.

1.7. PERFIL DEL CENTRO

1.7.1. Definición del negocio. El Centro de Desarrollo Tecnológico y asistencia técnica a la Industria CDT ASTIN, es una entidad dedicada esencialmente a la transferencia de tecnología, la cual implica la búsqueda de tecnologías relevantes, su estudio y dominio práctico, posiblemente a su modificación y adaptación a condiciones de interés, su aplicación a determinados materiales o productos y su implementación en la industria.

Su condición como CDT, le permite al ASTIN negociar con tecnologías externas, trabajar en forma interdisciplinaria, formar alianzas con ventaja competitiva y contratar expertos a nivel internacional, de acuerdo con la demanda tecnológica que se evidencie.

Por otro lado, el CDT ASTIN es una entidad dedicada a brindarle apoyo a las empresas de las cadenas productivas Metalmecánica y Petroquímica (Plásticos– Caucho y Fibras Sintéticas colombianas), a las cuales les ofrece servicios de Formación Profesional, Seminarios Especializados, Pruebas de Laboratorio y Asistencia Técnica.

Su filosofía de trabajo es la innovación, por lo tanto, continuamente formula proyectos de investigación novedosos, enfocados en la solución de problemas con el fin de incrementar la competitividad y productividad de la industria.

El CDT ASTIN es considerado un centro líder a nivel nacional, no sólo por dedicarse a un sector específico de la industria, sino por emplear estrategias basadas en la Vigilancia de Mercados y el Monitoreo de Tecnologías.

1.7.2. Misión. Contribuir activamente al desarrollo económico y social de Colombia apoyando, impulsando, desarrollando y facilitando el uso de las Tecnologías de Diseño, CAD/CAM, Materiales, Procesos de Transformación, Electrónica y Automatización y Servicios de Pruebas y Ensayos de Laboratorio, como herramientas de competitividad de su tejido empresarial, desde un compromiso institucional con la Formación Profesional, la excelencia de su talento humano y la integración con los sistemas productivo y científico-tecnológico del país.

1.7.3. Visión. En los próximos años, el Centro ASTIN se convertirá en el Centro de Desarrollo Tecnológico líder en Colombia y uno de los mejores en Latinoamérica en las tecnologías de Diseño, Manufactura, Automatización y Aseguramiento de la Calidad para actualizar la Formación Profesional, apoyar la Innovación y el Desarrollo Tecnológico de las empresas de las cadenas productivas Metalmecánica e Hidrocarburos–Petroquímica–Plásticos–Caucho y Fibras Sintéticas.

1.7.4. Servicios Tecnológicos. El Centro ASTIN, apoyado en los diagnósticos y evaluaciones del sector productivo objeto de atención, definió cinco líneas tecnológicas estratégicas para enmarcar sus servicios, entre ellos se encuentran:

- ❖ Tecnologías de diseño y construcción de prototipos
- ❖ Tecnologías de Materiales y su Transformación
- ❖ Electrónica y Automatización
- ❖ Laboratorio de Pruebas y Ensayos
- ❖ Información, divulgación y vigilancia tecnológica

- ❖ **Tecnologías de Diseño y Construcción de Prototipos:** Esta área se encuentra integrada por Diseño, Cálculo y Simulación y Tecnologías de CAD/CAM, con el objetivo de profundizar en las tecnologías de Diseño y fabricación de moldes asistidos por computadora y el desarrollo de nuevas metodologías que hagan posible la implementación de estas tecnologías en el ámbito industrial.

Asistencia técnica a las empresas sobre

- Diseño de moldes de inyección
- Diseño de cabezales de extrusión (tubos y perfiles)
- Diseño de troqueles de corte
- Diseño de troqueles de doblado
- Diseño de troqueles de embutición de chapa

Servicios tecnológicos

- Modelado de superficies de piezas en sistemas CAD
- Simulación de procesos de inyección de plásticos
- Asesoría en la implantación de sistemas informáticos
- Desarrollo de programas de Control Numérico de mecanizado
- Fabricaciones especiales y apoyo a las empresas
- Diseño, Formulación y Desarrollo de Proyectos de base tecnológica como apoyo a la innovación y competitividad de la empresa

Proyectos de investigación. Metodología de diseño y fabricación de moldes y troqueles, utilizando tecnologías avanzadas CAD/CAM/CAE.

- ❖ **Tecnologías de Materiales y su Transformación.** Esta área se dedica a captar, asimilar y desarrollar tecnologías de compuestos y aleaciones de base metálica y polimérica, nuevos procesos de transformación de materiales plásticos, tratamientos y acabados superficiales y sistemas de gestión de producción.

Asistencia técnica a las empresas sobre

- Selección, caracterización y aplicación de materiales metálicos en el rediseño de productos existentes, diseño de nuevos productos y fabricación de componentes de máquinas y/o herramientas.
- Selección, caracterización y aplicación de polímeros en el diseño o rediseño de productos y en procesos de transformación de plásticos.
- Mejoramiento y optimización de procesos de transformación de plásticos por Inyección, Extrusión de película soplada y Extrusión de tubos y perfiles.
- Selección de maquinaria y equipos para los procesos de transformación de materiales plásticos.
- Selección de materiales para la fabricación de productos plásticos.
- Diagnóstico de máquinas inyectoras, sopladoras y extrusoras.
- Mantenimiento de máquinas y equipos para procesos de transformación de materiales plásticos.
- Alistamiento y puesta en marcha de máquinas y equipos para procesos de inyección, soplado de cuerpos huecos y extrusión de materiales plásticos.
- Análisis de fallas en el proceso o producto.
- Evaluación del estado de maquinaria y equipos.
- Elaboración de bolsas plásticas (sellado).
- Implantación de sistemas de costos en la empresa de transformación de plásticos.
- Asesoría al consumidor de empaques plásticos para la identificación de sus necesidades.
- Impresión de bolsas plásticas (flexografía)
- Coextrusión de película tubular con capas de diferentes materiales.
- Extrusión de película plana.
- Diagnóstico de problemas e identificación de necesidades tecnológicas en sistemas de producción.
- Sistemas de planificación y control de producción.
- Selección y gestión de tecnología en la empresa.
- Normalización, estandarización y optimización de procesos de producción
- Desarrollo de modelos de gestión, racionalización y simulación de procesos productivos.
- Puesta a punto de moldes para la fabricación de productos plásticos.

Servicios tecnológicos

- Materiales (Poliméricos, metálicos, compuestos de matriz polimérica y metálica)
- Transformación de materiales plásticos por procesos de Inyección, Soplado de cuerpos huecos, Extrusión de película soplada, Extrusión de tubos y perfiles.

- Acabado superficial (Deposición Física en fase vapor –PVD-, Tratamientos Térmicos)
- Sistemas de producción

Proyectos de investigación. Recubrimiento duro de las herramientas de producción en serie mediante la deposición física de vapor (PVD).

- ❖ **Electrónica y Automatización.** Esta área estudia y desarrolla dispositivos y sistemas de regulación y control que facilitan la optimización de procesos de manufactura, la producción en serie, la mecánica de precisión, la fabricación de maquinaria, equipos y la sistematización integral de la empresa.

Asistencia técnica a las empresas sobre

- Ingeniería de control
- Electrónica y comunicaciones
- Inteligencia artificial

Servicios tecnológicos

- Control, supervisión y monitoreo de máquinas asistidas por PC.
- Modernización tecnológica de máquinas de producción con PLC
- Diseño de sistemas automáticos de generación de información
- Diseño de software para monitoreo de procesos
- Desarrollo de módulos electrónicos para monitoreo de señales

Proyectos de investigación. Automatización vertical

- ❖ **Laboratorio de Pruebas y Ensayos.** El área de laboratorios apoya a la empresa en sus planes de control y aseguramiento de la calidad; actualmente esta conformada por un conjunto de cinco laboratorios, que han iniciado su proceso de acreditación de 22 pruebas.

Asistencia técnica a las empresas sobre

- Asistencia técnica en el montaje de laboratorios
- Diseño de pruebas para el control de calidad
- Asistencia en la implementación de sistemas de calidad en las empresas, especialmente para el sector de plásticos y metalmecánica.
- Taller de prototipos y mecanizado especial
- Pruebas de taller

Servicios tecnológicos

- Servicios de laboratorio (laboratorio de espectrometría y metalografía, laboratorio de ensayos físicos en metales, laboratorio de metrología dimensional y laboratorio de ensayos químicos en plásticos).
- Pruebas y ensayos
- Espectrometría y Metalografía
- Ensayos Físicos de Metales
- Metrología Dimensional
- Ensayos Químicos a Materiales Poliméricos
- Ensayos Físicos a Materiales Poliméricos

Proyectos de investigación. Metodología para evaluar la resistencia al desgarre de los granos del café. (Conjuntamente con cenicafé)

- ❖ **Información, divulgación y vigilancia tecnológica.** El CDT ASTIN, establece y mantiene comunicación permanente con las empresas del subsector de plásticos y metalmecánica, buscando articular sus servicios con sus necesidades reales y potenciales.

Ofrece servicios tecnológicos convencionales y en línea, a través del Servicio de Información, Divulgación y Vigilancia Tecnológica (SIDT), que constituye la memoria técnica del ASTIN y apoya, además, las actividades de investigación, asesoría y formación con alertas de vigilancia tecnológica, estudiando el potencial de un producto o proceso, observando el comportamiento de un mercado o rastreando una tecnología emergente.

Servicios Tecnológicos

- Promoción de los servicios del Centro
- Vigilancia de tecnologías, productos y patentes
- Acceso público y gratuito a la colección de catálogos, documentos, libros, revistas técnicas y videos del Centro mediante servicios especializados de información, convencionales y en línea
- Base de datos bibliográficos de esta colección, con resumen de cada título en español y envío de documentos solicitados.
- Alertas sobre nuevas adquisiciones
- Elaboración de bibliografías sobre temas específicos.
- Consecución de documentos en bibliotecas, institutos y empresas.
- Búsqueda de información técnica en Internet
- Respuestas a preguntas técnicas formuladas por el usuario
- Publicación periódica de la revista "Informador Técnico" con suscripción gratuita a través de la página Web.

- Asesoría en la organización y puesta en marcha de Centros de Documentación en la empresa.

1.7.5. Análisis y segmentación. El segmento del mercado que ha definido el CDT ASTIN como su nicho primario son las cadenas productivas Metalmecánica y Petroquímica (Plástico-Caucho y Fibras sintéticas), y como nicho secundario todos aquellos subsectores que necesiten soluciones tecnológicas relacionadas con alguna de sus líneas tecnológicas como el subsector alimentos, hidrocarburos, eléctrico, medicina, madera, construcción, entre otros.

En la actualidad, el centro ASTIN tiene definido como zona de influencia el sur occidente colombiano (Valle del Cauca, Cauca, Nariño, Putumayo y el Eje cafetero), sin embargo, en el mediano plazo (2 años) esperan tener la estructura que les permita apoyar en todo Colombia los subsectores industriales nicho y competir con sus servicios en el Ecuador.

Cuadro 2. Asociaciones clientes del CDT ASTIN a nivel nacional

NOMBRE DE ASOCIACIÓN	No DE EMPRESAS ASOCIADAS	CIUDAD
ASMETALES	29	CALI
PRODE PLÁSTICO	16	
PRODE CAUCHO	10	
ASOCIACIÓN METÁLICA	30	MEDELLÍN
COODEPLÁSTICO	27	
ASOMETAL	40	BOGOTÁ
ASOMECAR	25	CARTAGENA
CONMETALCOL	10	HUILA
ASOCIACIÓN METALMECÁNICA	16	IBAGUE
PRODE METALMECÁNICO	20	BARRANCABERMEJA
PRODE METALMECÁNICO	20	BUCARAMANGA
ASOCIACIÓN INDUSTRIAL	15	ORITO
TOTAL	258	

El Centro ASTIN cuenta actualmente con 258 empresas de su nicho primario Metalmecánica, Plástico y Caucho, agrupadas en 12 asociaciones a nivel nacional, de las cuales 55 empresas se encuentran ubicadas en la ciudad de Cali, siendo representadas por ASMETALES (29 empresas), PRODE PLÁSTICO (16 empresas) y PRODE CAUCHO (con 10 empresas).

Dentro del total de clientes que actualmente cuenta el Centro ASTIN, se tomó como muestra piloto la asociación PRODE PLÁSTICO del subsector productivo Plástico, debido a lo avanzado en su proceso de integración.

1.7.6. Posiciones Arancelarias de los productos seleccionados por PRODE PLÁSTICO. Los productos identificados por PRODE PLÁSTICO corresponden a las Posiciones Arancelarias representadas en el Cuadro 3:

Cabe recordar, que en el momento de realizar una investigación a nivel internacional con un determinado producto es necesario ubicar la Posición Arancelaria, que es el código numérico que se le asigna a un producto para ubicarlo adecuadamente en el mercado internacional.

Cuadro 3. Posiciones Arancelarias de los productos seleccionados

NOMBRE DEL PRODUCTO EN LA EMPRESA	NOMBRE DE PRODUCTO SEGÚN NOMENCLATURA SISTEMA ARMONIZADO	POSICIÓN ARANCELARIA
1. MALLA PARA FLORES	LAS DEMAS DE DEMAS MANUFACTURAS DE PLASTICO Y MANUFACTURAS DE LAS MATERIAS DE LAS PARTIDAS NO. 39,01 A 39,14	3926909090
2. PITILLO PARA FLORES		
3. APLICADOR PARA CREMAS VAGINALES	JERINGAS DE PLASTICO, INCLUSO CON AGUJA	9018312000
4. JERINGAS PLÁSTICAS PARA USO VETERINARIO PARA APLICACIÓN DE MEDICAMENTOS ANTIMASTITICOS Y VÍA ORAL.		
5. ENVASES PLÁSTICOS PARA INYECTABLES DE USO VETERINARIO	LOS DEMAS DE DEMAS BOMBONAS, (DAMAJUANAS), BOTELLAS, FRASCOS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO	3923309090

En el Cuadro 3, se puede observar que dos pares de productos (Mallas para flores – Pitillos para flores) y (Aplicador para cremas vaginales y Envases plásticos) se ubican dentro de la misma Posición Arancelaria, esto se debe a que la Nomenclatura del Sistema Armonizado, no tiene especificado ciertos productos debido a su diversidad, lo cual ubica a varios en un gran grupo denominado Los Demás, con una misma Posición Arancelaria.

2. INTELIGENCIA DE MERCADOS

2.1. PRESELECCIÓN DE PAISES

Para realizar una Preselección de Países, lo primero que se debe hacer es escoger un grupo de países que ofrezcan Oportunidades de Mercado que sean atractivas para los productos identificados en el Cuadro 3, en este caso, se utilizara la entidad principal de promover las exportaciones colombianas, PROEXPORT; como herramienta para seleccionar los mercados con mayor demanda. Sin embargo, cabe resaltar que de los países que nos arroje el Sistema de PROEXPORT, se enfocara únicamente en los países de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), por las siguientes razones:

- El idioma, ya que se facilitan los trámites de exportación, la búsqueda y contactos con los clientes y con las comercializadoras exteriores, al hablar en un mismo dialecto.
- Cercanía física o geográfica, lo que permite ahorros en costos logísticos y fletes.
- Existe idiosincrasia en algunos factores relacionados con la cultura, costumbres, nivel socioeconómico y aspectos políticos.
- El acceso al mercado, representa una ventaja a Colombia por ser miembro de la Comunidad Andina de Naciones, en materia de Preferencias Arancelarias.

2.1.1. Exportaciones colombianas de los productos seleccionados. Las exportaciones se analizan para conocer a que países se exporta y como ha sido la dinámica o comportamiento en los últimos años, con el fin de determinar si verdaderamente el país demanda o no el producto de acuerdo a su peso, valor en dólares y volumen de exportación.

2.1.1.1. Las Demás de Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Materias de las Partidas No. 39,01 a 39,14 (3926909090)

Cuadro 4. Exportaciones totales de la Posición Arancelaria 3926909090

EXPORTACIONES TOTALES							
2001		2002		2003		2004 Enero -Diciembre	
PESO NETO (Kg.)	FOB US\$	PESO NETO (Kg.)	FOB ⁶ US\$	PESO NETO (Kg.)	FOB US\$	PESO NETO (Kg.)	FOB US\$
3,578,754	12,465,023	3,291,112	11,696,088	3,700,466	11,659,552	5,283,661	16,269,534

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Link Colombia exporta [en línea]. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

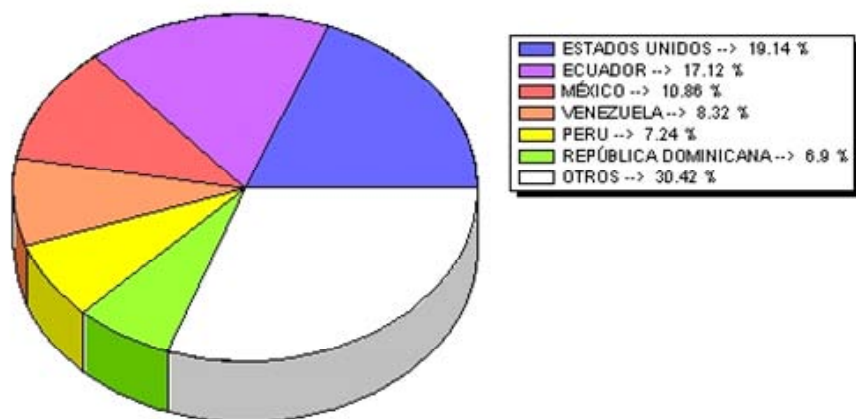
⁶ El precio FOB, es el valor de la mercancía en el mercado. Es un término por el cual el vendedor coloca la mercancía a bordo de la nave en el puerto de embarque convenido en el contrato de venta. El riesgo o pérdida de daños y gastos de la mercancía se transfieren del vendedor al comprador cuando ésta pasa la borda del buque.

Figura 2. Total exportaciones de la Posición 3926909090 (año 2003)



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Link Colombia exporta [en línea]. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 3. Destino de exportaciones de la Posición 3926909090



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Link Colombia exporta [en línea]. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 4. Concentración regional de exportaciones de la Posición 3926909090



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Link Colombia exporta [en línea]. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

El total de exportaciones Colombianas para la Posición Arancelaria 3926909090 Las Demás de Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Materias de las Partidas No. 39,01 a 39,14, muestra con relación al año 2001, que las exportaciones del periodo 2002-2003 disminuyeron de forma gradual pero permanecieron constantes durante este lapso de tiempo. Sin embargo, las exportaciones parciales a Diciembre del año 2004, registraron una recuperación positiva aumentando sus exportaciones a US\$ 16, 269,534.

Los principales países de destino de las exportaciones Colombianas para esta Posición, se encuentran concentradas principalmente en los países de Estados Unidos con una participación de 19.14%, Ecuador con el 17.12%, México 10.86% y Venezuela con el 8.32%. El Valle del Cauca se encuentra como la región con mayor participación de las exportaciones con un 40.99%, seguido de Cundinamarca 36.19% y Antioquia con 13.41%.

2.1.1.2. Jeringas de Plástico, incluso con aguja (9018312000)

Cuadro 5. Exportaciones totales de la posición 9018312000

EXPORTACIONES TOTALES							
2001		2002		2003		2004 Enero -Diciembre	
PESO NETO (Kg.)	FOB (US\$)	PESO NETO (Kg.)	FOB US\$	PESO NETO (Kg.)	FOB US\$	PESO NETO (Kg.)	FOB US\$
656,949	2,686,041	589,356	2,362,351	676,906	2,396,874	700,561	2,949,594

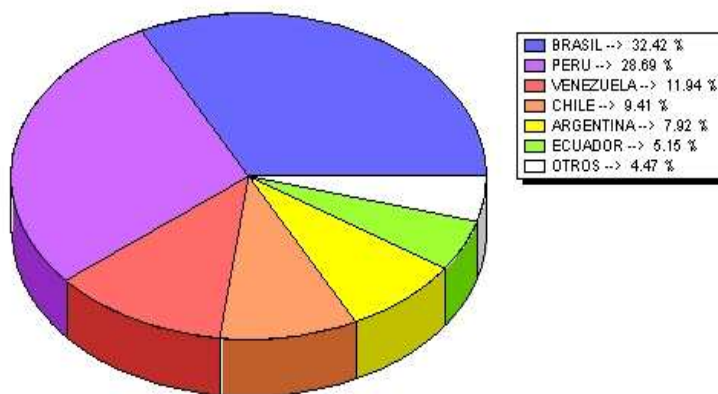
Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Link Colombia exporta [en línea]. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 5. Total exportaciones de la Posición 9018312000 (Año 2003)



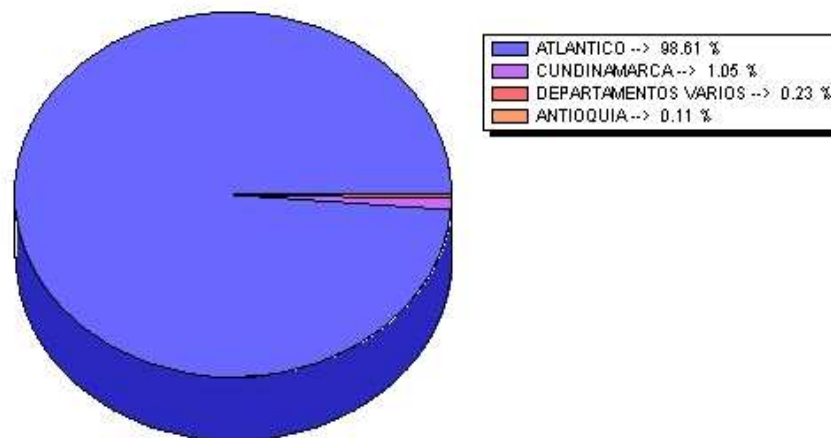
Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Link Colombia exporta [en línea]. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 6. Destino de las exportaciones de la Posición 9018312000



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Link Colombia exporta [en línea]. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 7. Concentración regional de exportaciones de la Posición 9018312000



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Link Colombia exporta [en línea]. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Las exportaciones colombianas para el producto 9018312000 Jeringas de Plástico, incluso con aguja, están dadas en una menor proporción con relación a Las Demás, de Demás Manufacturas de Plástico (3926909090). Básicamente, dichas exportaciones se han mantenido constantes, sin embargo, durante el periodo 2002-2003 las exportaciones disminuyeron con relación al año 2001. En las exportaciones parciales a Diciembre del 2004 se dio un aumento positivo

Entre los países destino en las exportaciones Colombianas del producto 9018312000 son Brasil con 32.42%, Perú 28.69%, Venezuela 11.94% y Chile con 9.41%. Básicamente, el departamento que exporta en mayor cantidad es Atlántico con 98.61% de concentración en las exportaciones nacionales.

2.1.1.3. Los Demás de Demás bombonas, (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares, de Plástico (3923309090)

Cuadro 6. Exportaciones totales de la Posición 3923309090

EXPORTACIONES TOTALES							
2001		2002		2003		2004 Enero -Diciembre	
PESO NETO (Kg)	FOB (US\$)	PESO NETO (Kg)	FOB US\$	PESO NETO (Kg)	FOB US\$	PESO NETO (Kg)	FOB US\$
6,982,984	22,164,756	3,896,245	15,271,614	3,989,790	15,064,247	4,271,940	18,134,735

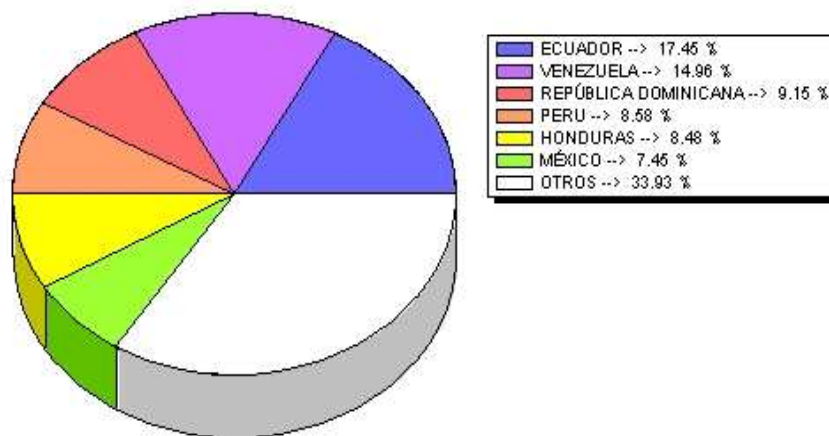
Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Link Colombia exporta [en línea]. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 8. Total exportaciones de la Posición 3923309090 (Año 2003)



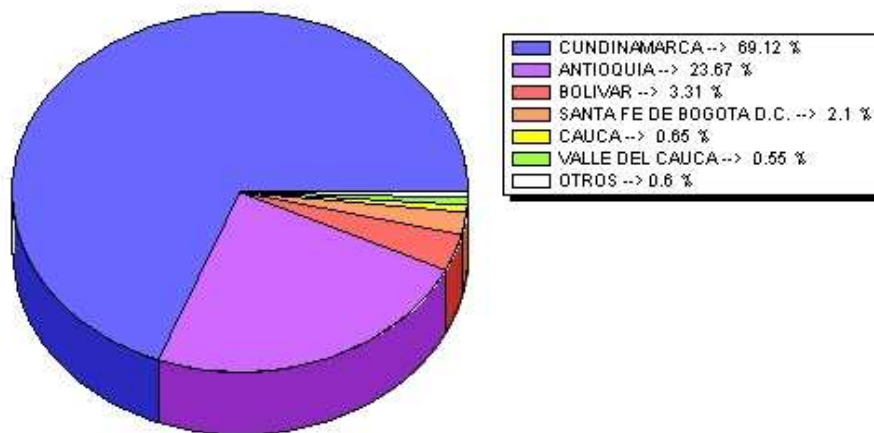
Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Link Colombia exporta [en línea]. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 9. Destino de las exportaciones Colombianas de la Posición 3923309090



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Link Colombia exporta [en línea]. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 10. Concentración regional de exportaciones de la Posición 3923309090, Año 2003



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Link Colombia exporta [en línea]. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

El año 2001 con respecto al periodo 2002-2004 muestra una buena dinámica de las exportaciones para la Posición Arancelaria 3923309090 Los Demás de Demás bombonas, (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares, de Plástico. Para los años 2002-2003 las exportaciones disminuyeron notablemente aunque en el registro de las exportaciones parciales para el año 2004 se observa un incremento en dicho producto.

Los países clientes para Colombia de la Posición Arancelaria 3923309090 son principalmente Ecuador con un 17.45%, Venezuela con 14.96%, Republica Dominicana con 9.15%, y Perú y Honduras que participan con un 8.58% y 8.48% respectivamente. Básicamente las regiones donde se concentran más las exportaciones son Cundinamarca 69.12% y Antioquia con 23.67%.

Cuadro 7. Observaciones de las Posiciones arancelarias de interés en Colombia

POSICIÓN ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN	RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN	GRAVAMEN	IVA	UNIDAD COMERCIAL
3926909090	Las Demás de Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Materias de las Partidas No. 39,01 a 39,14	Libre importación	20%	16%	Kilogramo-Kg.
9018312000	Jeringas de Plástico, incluso con aguja	Libre importación	15%	16%	Unidades o artículos
3923309090	Los Demás de Demás bombonas, (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares, de Plástico	Libre importación	20%	16%	Unidades o artículos

Cualquier país puede exportar a Colombia mercancías clasificables por cada una de las Partidas mencionadas en el Cuadro 7 bajo el régimen de Libre exportación, deberán pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA) del 16% y el gravamen general aplicable al 20% para Las Demás de Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Materias de las Partidas No. 39,01 a 39,14 (3926909090); el 15% para Jeringas de Plástico, incluso con aguja (9018312000) y 20% para Los Demás de Demás bombonas, (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares, de Plástico (3923309090) siempre y cuando no se encuentre cobijado bajo ningún acuerdo o no posea preferencias arancelarias con Colombia. La unidad comercial para la Partida arancelaria 3926909090 esta dada en Kilogramos (Kg.), y para las Posiciones 9018312000 y 3923309090 en unidades o artículos.

Para la aprobación del registro o licencia de importación la partida 9018312000, Jeringas de Plástico, incluso con aguja, requiere el Registro sanitario del Invima. En cuanto a Normas Técnicas Colombianas la Posición 3926909090 Las Demás de Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Materias de las Partidas No. 39,01 a 39,14, establece que a partir del 1 de Noviembre de 2005 requieren certificación de conformidad con el Retie (Reglamento Técnico para Instalaciones Eléctricas), los productos con requisitos establecidos en el reglamento, de acuerdo con la descripción y aplicación señalada en la norma que precisa la aplicación o exclusión del Retie. Sin embargo, por la complejidad y extensión de la norma pueden presentarse dudas sobre su aplicación y la subsiguiente obligación de solicitar y presentar Registro de Importación que deberían consultarse con las autoridades correspondientes.

Al respecto Mincomercio en la CE 8/2006 aclara que “cuando el producto sea parte integrante de instalaciones y equipos para automóviles, navíos, aeronaves, electrodomésticos, equipos de electromedicina, estaciones de telecomunicaciones, sistemas de radio, no requiere del Certificado de conformidad; sin embargo deberá contar con el concepto emitido por el Grupo de calificación de Origen y Producción Nacional de la Dirección de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en donde conste que se encuentra registrado como Productor Nacional de los productos señalados”.

2.2. MERCADOS IMPORTADORES POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS ESCOGIDOS

A continuación se mostrará las importaciones de los Países potenciales para cada una de las Posiciones Arancelarias y sus principales países proveedores. Dichos países serán arrojados con base en el Sistema de Mercados de PROEXPORT. Donde como se mencionó anteriormente, se estudiará los países miembros de la CAN.

2.2.1. Las Demás de Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Materias de las Partidas No. 39,01 a 39,14 (3926909090). Los mercados identificados como potenciales para la Posición Arancelaria 3926909090 son *Argentina, Barbados, Bolivia, Brasil, Canadá, Corea del Sur, Costa Rica, Dinamarca, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia,*

Grecia, Guatemala, Honduras, Irlanda, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Nicaragua, Holanda, Panamá, Perú, Reino Unido, Suiza, Trinidad y Tobago.

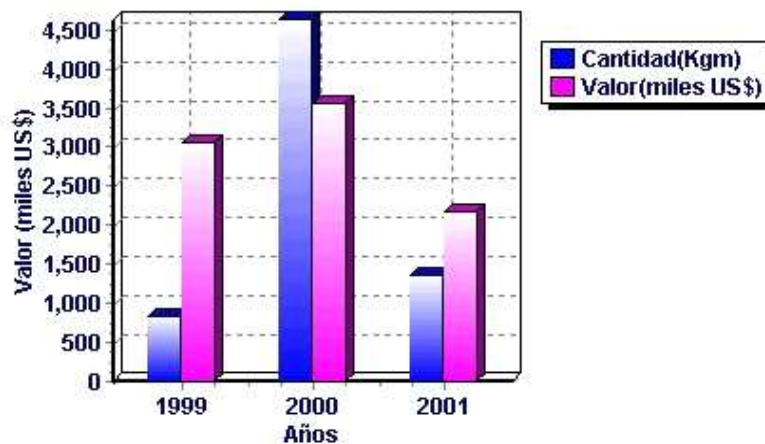
2.2.1.1. Bolivia

Cuadro 8. Importaciones de Bolivia (Peso neto en Kilogramos y Valor)

Año	Peso Neto (Kg.)	Valor (US\$)
1999	840,401.00	3,069,058.00
2000	4,635,095.00	3,568,463.00
2001	1,365,637.00	2,180,330.00

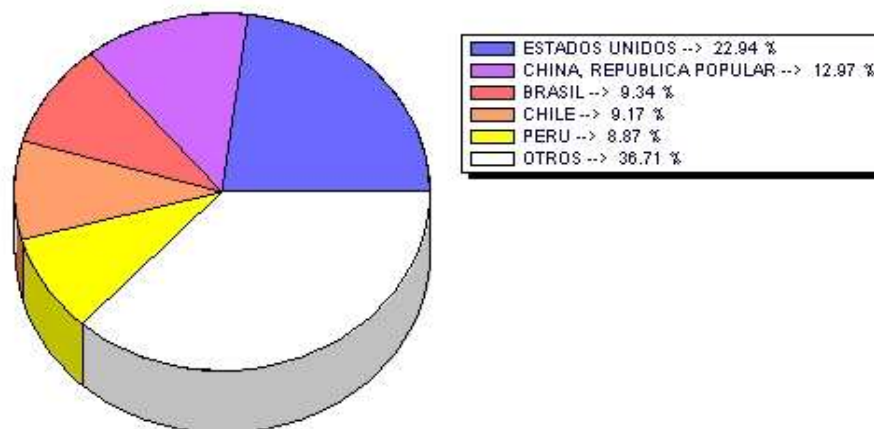
Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Bolivia: Instituto Nacional de Estadística – INE, 2002. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 11. Importaciones totales en Bolivia (año 2001)



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Bolivia: Instituto Nacional de Estadística – INE, 2002. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 12. Proveedores en Bolivia (Origen de las importaciones)



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Bolivia: Instituto Nacional de Estadística – INE, 2002. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Bolivia disminuyó sus importaciones totales en el año 2001 para la Posición Arancelaria 3926909000 Las Demás de Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Materias de las Partidas No. 39,01 a 39,14, en US\$ 2, 180,330.00, con relación al periodo 1999 -2000 el cual registró un promedio de US\$ 3,318,760.5 de sus importaciones. Al observar las cantidades para el año 2000, Bolivia incremento notablemente su demanda respecto al año 1999 mas del doble.; puesto que de 840,401.00 Kg. en el 99, pasó a 4, 635,095.00 Kg. en el año 2000.

Para el año 2001 las cantidades importadas decrecieron a 1, 365,637.00 Kg. Las importaciones Bolivianas para dicha Posición, son generalmente provenientes de países como Estados Unidos con 22.94% de participación, China con 12.97%, seguido de Brasil 9.34% y Chile 9.17%.

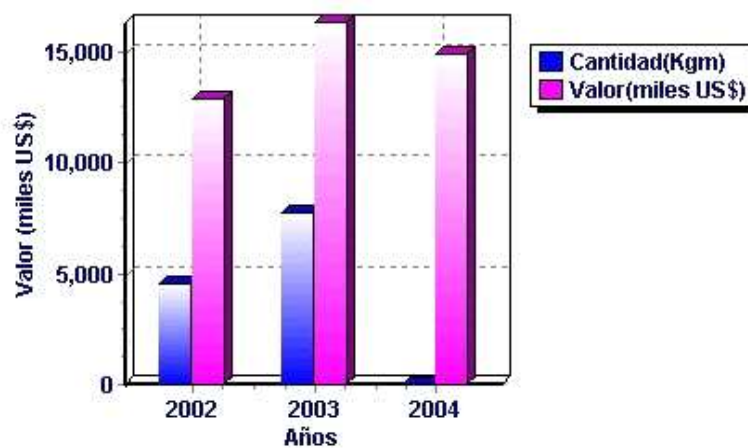
2.2.1.2. Ecuador

Cuadro 9. Importaciones de Ecuador (Peso neto en Kilogramos y Valor)

Año	Peso Neto (Kg)	Valor (US\$)
2002	4,532,340.00	12,841,383.00
2003	7,715,058.00	16,316,280.00
2004	0.00	14,850,000.00

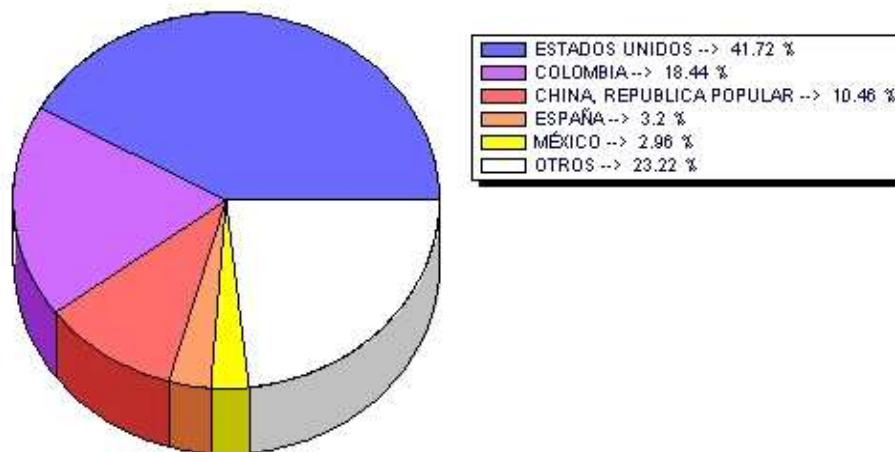
Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Ecuador: Banco Central del Ecuador, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 13. Importaciones totales de Ecuador (año 2004)



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Ecuador: Banco Central del Ecuador, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 14. Proveedores en Ecuador (Origen de las importaciones)



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Ecuador: Banco Central del Ecuador, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Las importaciones en el país de Ecuador para la Posición Arancelaria 3926909000 Los Demás, ha mantenido un comportamiento regular. El año 2003 obtuvo el mayor registro de las importaciones totales, las cuales fueron de US\$ 16, 316,280.00. No obstante, las cantidades importadas tuvieron una caída en el año 2004 disminuyendo de 7, 715,058.00 Kg. en el año 2003, a 0.00 Kg. en el 2004.

Entre los países que proveen Las Demás de Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Materias de las Partidas No. 39,01 a 39,14 a Ecuador se encuentran tres mercados principales, Estados Unidos con 41.72%, Colombia 18.44% y China con 10.46% respectivamente.

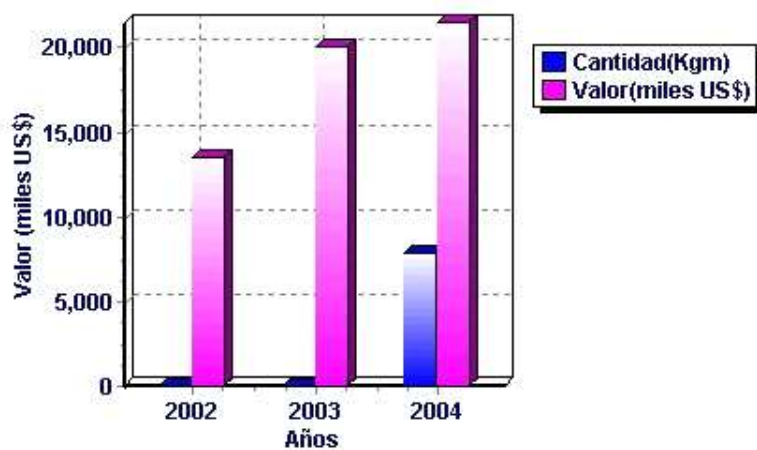
2.2.1.3. Perú

Cuadro 10. Importaciones de Perú (Peso neto en Kilogramos y Valor)

Año	Peso Neto (Kg.)	Valor (US\$)
2002	0.00	13,539,000.00
2003	0.00	20,065,000.00
2004	7,844,000.00	21,485,000.00

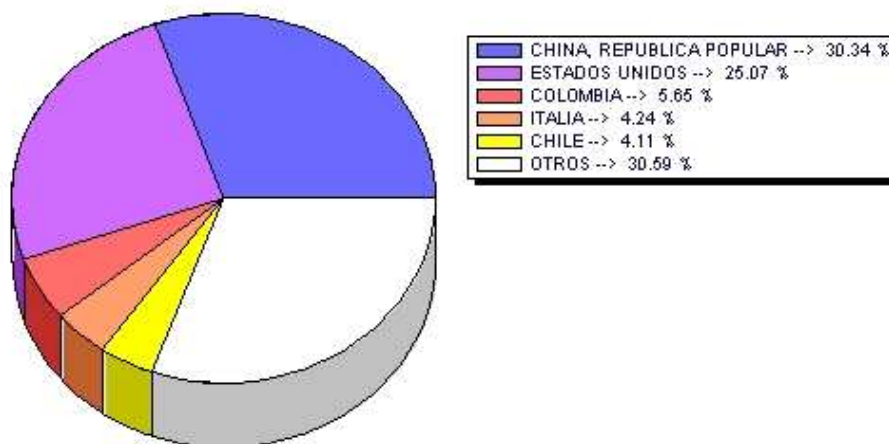
Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Perú: World Trade Atlas, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 15. Importaciones totales en Perú (año 2004)



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Perú: World Trade Atlas, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 16. Proveedores en Perú (Origen de las importaciones)



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Perú: World Trade Atlas, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Se puede observar que Perú, es un país que relativamente ha venido acrecentando sus importaciones totales para la Posición 3926909090 Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Demás Mat. de Partidas de 39.01 a 39.14; teniendo una diferencia de US\$ 7, 946,000.00 entre los años 2004 y 2002. Por otro lado, existe una desproporción abismal entre las cantidades importadas en los años 2002-2003 que fueron de 0.0 y el año 2004 donde se aumentaron a 7, 844, 000.00 Kg.

Dentro de esta Posición se observa que existen dos países principalmente proveedores en Perú los cuales son China, participando con un 30.34% y Estados Unidos con 25.07%. Sin embargo, Colombia se encuentra como proveedor en un tercer lugar con 5.65% de las importaciones Peruanas.

2.2.2. Jeringas de Plástico, incluso con aguja (9018312000). Dentro de los mercados potenciales para este producto se encuentran, *Alemania, Argentina, Bolivia, Brasil, Ecuador, Guatemala, Honduras, Hungría, Jamaica y Japón.*

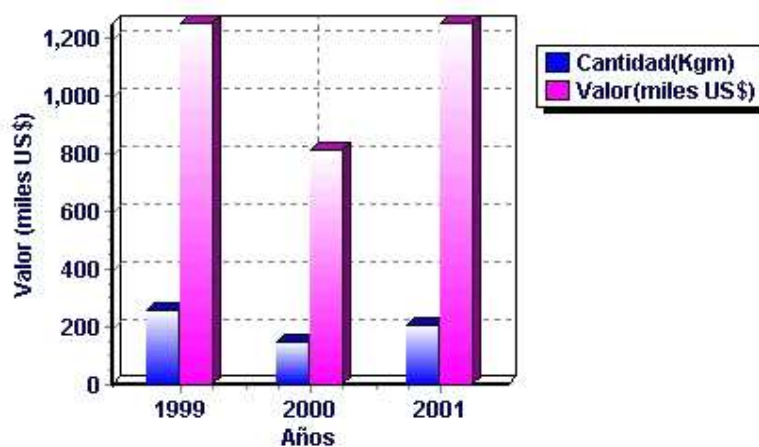
2.2.2.1. Bolivia

Cuadro 11. Importaciones de Bolivia (Peso neto en Kilogramos y Valor)

Año	Peso Neto (Kg)	Valor (US\$)
1999	255,040.00	1,249,335.00
2000	150,044.00	812,250.00
2001	204,741.00	1,251,302.00

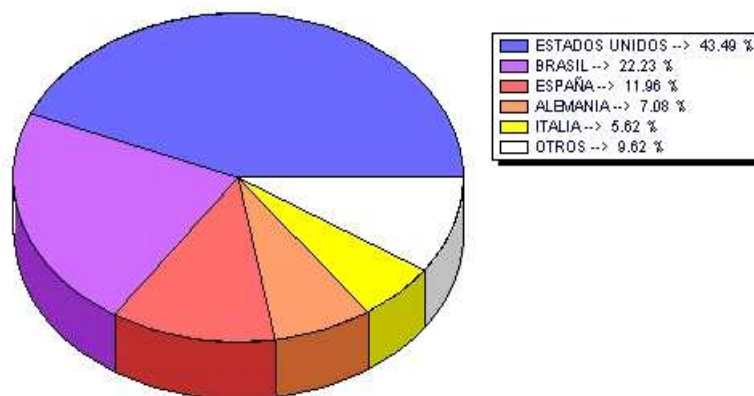
Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Bolivia: Instituto Nacional de Estadística – INE, 2002. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 17. Importaciones totales de Bolivia (Año 2001)



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Bolivia: Instituto Nacional de Estadística – INE, 2002. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 18. Proveedores en Bolivia (Origen de las importaciones)



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Bolivia: Instituto Nacional de Estadística – INE, 2002. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

En el año 2000, Bolivia tuvo un decrecimiento en las importaciones totales de la Posición 9018312000 Jeringas incluso con aguja, de plástico tanto en valor, como en las cantidades demandadas respecto al año 1999 las cuales fueron US\$ 1, 249,335.00 del total importado. Ya para el año 2001, las importaciones volvieron a equilibrarse básicamente a las del año 1999 en US\$.1, 251,302.00.

Los países principalmente proveedores para Bolivia son Estados Unidos con un 43.49%, Brasil que participa con el 22.23% y España con el 11.96%.

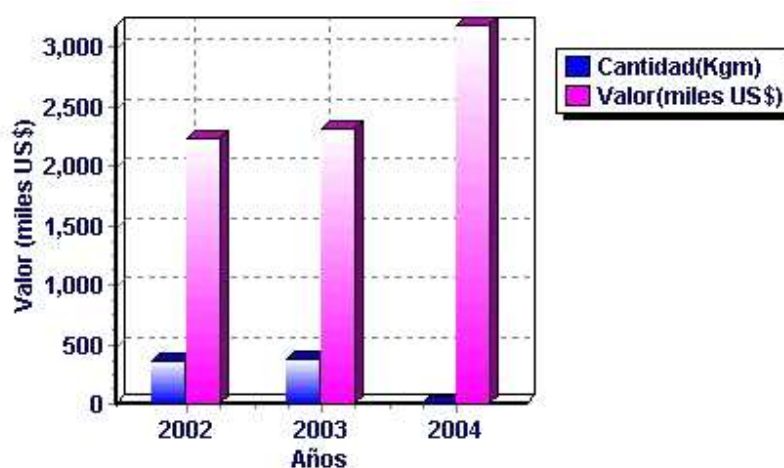
2.2.2.2. Ecuador

Cuadro 12. Importaciones de Ecuador (Peso neto en Kilogramos y Valor)

Año	Peso Neto (Kg)	Valor (US\$)
2002	369,086.00	2,235,021.00
2003	385,770.00	2,312,646.00
2004	0.00	3,189,000.00

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Ecuador: Banco Central del Ecuador, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 19. Importaciones totales de Ecuador (Año 2004)



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Ecuador: Banco Central del Ecuador, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 20. Proveedores de Ecuador (Origen de las importaciones)



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Ecuador: Banco Central del Ecuador, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Las importaciones totales de Ecuador para la Posición Arancelaria 9018312000 De Plástico, han sido crecientes en el periodo 2002 al 2004 pasando de US\$ 2, 235,021.00 en el año 2002, a US\$ 3, 189,000.00 en el 2004. Sin embargo, se puede observar que las cantidades importadas han sido netamente bajas, hasta tal punto que en el año 2004 el peso neto en Kilogramos fue de 0.00.

Generalmente las importaciones Ecuatorianas para esta Posición, son provenientes de países como Estados Unidos en su mayoría, participando con un 42.49%, Corea del Sur con 24.18%, seguido de Bélgica y China respectivamente.

2.2.3. Los Demás de Demás bombonas, (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares, de Plástico (3923309090). Los países más factibles para la Posición Arancelaria 3923309090 son *Alemania, Argentina, Costa Rica, Chile, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, Nicaragua, Republica Dominicana, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela.*

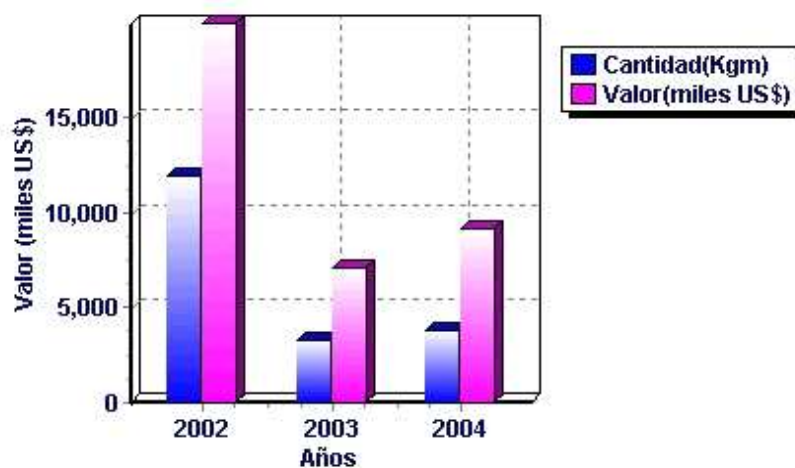
2.2.3.1. Venezuela

Cuadro 13. Importaciones de Venezuela (Peso neto en Kilogramos y Valor)

Año	Peso Neto (Kg)	Valor (US\$)
2002	11,979,025.00	19,958,583.00
2003	3,279,829.00	7,084,098.00
2004	3,825,380.00	9,186,910.00

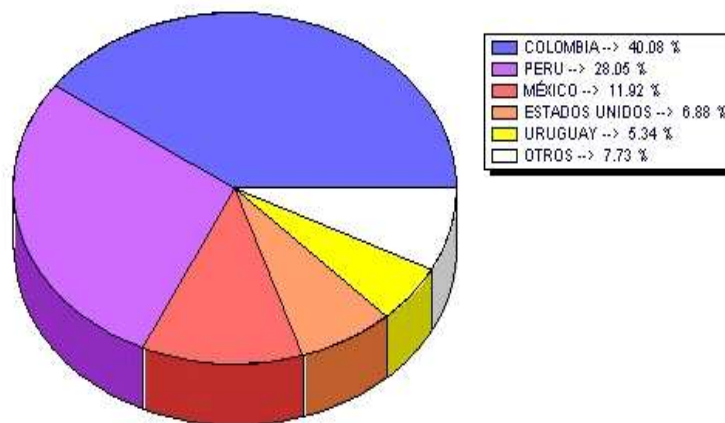
Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Venezuela: ALADI, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 21. Importaciones totales de Venezuela (Año 2004)



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Venezuela: ALADI, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Figura 22. Proveedores de Venezuela (Origen de las importaciones)



Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Venezuela: ALADI, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

En el año 2003 las importaciones Venezolanas para la Posición 3923309000 - - Los Demás, disminuyeron mas de la mitad con respecto al año 2002 las cuales fueron de US\$ 19,958, 583,00, tanto en valor como en cantidad. Sin embargo, para el año 2004, se efectuó un pequeño aumento en las importaciones totales, pero se disminuyeron las cantidades demandadas con base en el año 2002.

La Figura 22, muestra que para la Posición 3923309000 - - Los Demás, Venezuela es principalmente importador de nuestro país en un 40.08%, seguido de Perú con un 28.05% y México.

2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La industria del plástico, ha presentado un crecimiento positivo en los últimos años en diferentes países del mundo dado a su gran impacto en la participación de productos de complementariedad en industrias como la agropecuaria, automotriz, construcción, biotecnología, medicina, entre otras, razón por la que se ha convertido en un sector con gran dinamismo generador de riqueza y empleo principalmente en países con tecnologías avanzadas.

Uno de los principales desafíos que afronta la industria plástica Colombiana y en general la mayoría de países suramericanos, especialmente las Pymes, ha sido la globalización económica y las diferencias de desarrollo de los países competidores a nivel mundial, pues las empresas deben estar en mejora continua de sus procesos y productos para poder competir en un mercado cada vez más amplio y con nuevas empresas que surgen con fuerza en distintas partes del mundo, por esta razón los acuerdos comerciales concretados y en proceso de negociación suponen diferentes puntos de vista como lo es en este momento el caso del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos. Mientras muchos ven la competencia global como una amenaza, para otros representa una oportunidad, aprovechando sus fortalezas en nuevos mercados. Los grandes productores de plástico como Estados Unidos, China, Japón, Corea del sur, México, España e Italia, tienen una gran ventaja respecto a los países menos desarrollados pues estos cuentan con mayores presupuestos de Investigación y desarrollo y generalmente son los que presentan las últimas innovaciones tecnológicas y de nuevos productos. Sin embargo, países como Brasil, Perú, Venezuela y Argentina se han convertido en grandes exportadores de la industria plástica.

2.3.1. Principales Competidores. En la industria del Plástico, especialmente para los productos en cuestión, los principales países competidores son Estados Unidos, México y China:

2.3.1.1. Estados Unidos. El subsector del plástico es para Estados Unidos, uno de los más importantes debido a su gran crecimiento con respecto a otras industrias manufactureras⁷. Este crecimiento se debe en gran medida, al continuo aumento en el consumo de plásticos en muchos sectores, que han optado por la sustitución de otros materiales en favor del plástico, especialmente en la industria de automoción, bienes de consumo y construcción.

Estados Unidos atiende el mayor mercado de plásticos del mundo. Es el mayor consumidor, productor y exportador de plástico, gracias a que dispone de resinas muy baratas, y de unas excelentes infraestructuras petroquímicas.

El valor de la producción de las industrias del plástico, ha aumentado a una gran velocidad en los últimos 25 años, alcanzando los 330.000 millones de dólares en el 2002.; esto incluye a los productores de la materia prima, de producto final de plástico, maquinaria para el plástico, moldes, mayoristas y transformadores de plástico.

Esta cifra representa un aumento del 55% desde 1991. La producción ha crecido a un ritmo medio del 3,8% durante los últimos 20 años. Este dato contrasta con el crecimiento económico para la industria estadounidense en general, que aumentó un 1,3% anual durante el mismo periodo. Añadiéndole a esto, las empresas de proveedores, la cifra total de producción aumenta en 89.500 millones hasta llegar a 421.000 millones de dólares.

Debido a la enorme contribución del plástico a la mejora de la calidad de vida; esta industria ha ido adquiriendo una importancia creciente dentro de la economía Estadounidense. Hoy en día existen más de 21.000 empresas o plantas de producción de plástico los cuales emplean a más de 1,5 millones de trabajadores. Los estados de California, Ohio, Michigan, Illinois, Texas, Pensilvania, Indiana, New York, Carolina del Norte y Wisconsin, concentran el 59% de los puestos de trabajo de este sector de los cuales Texas, California, Illinois, Ohio y Michigan tienen un mayor volumen de ventas.

En cuanto al mercado de materias primas plásticas y resinas en Estados Unidos creció un 4,7% en 1999, para llegar a un valor de 51.100 millones de dólares en 2000, que supusieron en peso 38.420 millones de toneladas. La producción Estadounidense de resinas, fue de 35.879.700 toneladas en 2002, un 6,7% más que en 2001.

⁷ Crecimiento a un ritmo medio de 1,5% al año desde 1980.

Los termoplásticos son el tipo de material plástico dominante en los Estados Unidos, contando con un 82,6% del total de la demanda estadounidense de plásticos en el año 2000. El país es también un gran productor de termoestables, sin embargo, en 2000 sólo supusieron un 17,4% del total de la demanda de plástico.

La cada vez más creciente conciencia ecológica, ha llevado a un aumento en la producción de materiales reciclables así como a la inversión en nuevas tecnologías. Gran parte del aumento que experimentó el valor de mercado de resinas y materias plásticas en el periodo de 1996 a 2000, se debió a una escasez de las mismas, lo que llevó a un incremento en los precios. Es por ello que el aumento en el volumen de resinas, si bien fue positivo, no fue tan importante como el medido en dólares⁸.

2.3.1.2. México. La cadena productiva de la industria plástica mexicana se compone de un total de 75 empresas que se dedican a fabricar materia prima, y 255 que se dedican a comercializarla. Mientras que solamente hay dos fabricantes locales de maquinaria, hay 130 empresas que distribuyen tecnología y equipos, y 50 que comercializan moldes.

El total de transformadores ronda 4.000 empresas; más de 600 empresas se dedican a la fabricación de maquila, y 300 más integran el procesamiento de plásticos dentro de la manufactura de otros productos. Finalmente, esta cadena termina en la distribución de productos terminados para cerca de 20.000 usuarios finales. Es de resaltar que el número de recicladores en la industria plástica mexicana ronda los 50.

En México se consume alrededor de 4,5 millones de toneladas de materia prima anualmente. El proceso que mayor cantidad de resina consume es el de extrusión (42%), seguido por el de inyección (25%).

Los mercados más importantes para los transformadores de plásticos son el de empaques y envases (43%), el de artículos de consumo (17%) y el de construcción (13%).

⁸ ASUNCIÓN TARI, Maria. Oficina comercial de España en Chicago, supervisado por José Luis Briceño, [en línea]. España: ICEX, 2003. [consultado 12 de Agosto, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.icex.es/chicago>

El 60% de las empresas que hacen parte de la cadena de la industria plástica mexicana son de tamaño micro (tienen entre 1 y 15 empleados) y tienen ventas anuales inferiores a US\$ 150.000.

El 24% son empresas pequeñas, con ventas entre US\$ 150.000 y US\$ 1 millón, y entre 16 y 100 empleados. Las empresas medianas representan un 12% del total, venden entre US\$ 1 y US\$ 2 millones, y tienen entre 100 y 250 empleados. Y el 4% (cerca de 160 organizaciones) son grandes empresas, con ventas superiores a los US\$ 2 millones y más de 250 empleados⁹.

2.3.1.3. China. Tanto China como los demás mercados asiáticos han influido en el sector del plástico teniendo en cuenta la tendencia actual a la deslocalización de empresas y el incremento de productividad de estos mercados a precios más baratos.

El mercado del plástico en China ha crecido con especial interés durante los últimos años, tanto la producción local como sus importaciones. China es el quinto productor de materiales plásticos a nivel mundial. La producción nacional de la industria plástica solo alcanza a cubrir el 50% de la demanda local, razón por la cual importa grandes cantidades de productos plásticos. Durante el año 1998, la producción del sector alcanzó los 8,2 millones de toneladas. Según datos proyectados para el año 2001-2005 se estimaba un crecimiento anual de las resinas del 6,8% y de materiales plásticos ingenieriles del 10%.

Las industrias que han intensificado el consumo del plástico han sido el sector agrícola, la industria del empaque, materiales de construcción, productos de uso diario, de uso industrial, entre otros.

Plásticos para ingeniería: China es uno de los grandes productores a nivel mundial de plásticos para ingeniería, estos son materiales químicos de alta tecnología, que son ampliamente usados en la industria, en la agricultura y en diferentes aplicaciones para uso diario. Se estima que China consumió 300.000 toneladas de plásticos ingenieriles en el año 2000. Los principales plásticos para

⁹ INSTITUTO MEXICANO DEL PLÁSTICO INDUSTRIAL. Quinto Informe sobre la Industria del Plástico. Grupo Texne. [en línea]. México: IMPI, 2005. [consultado 3 de Mayo, 2006]. Disponible en Internet: [http:// www.plastico.com](http://www.plastico.com)

ingeniería utilizados son los polioximethylene (POM), policarbonates (PC), polybutylene terephthatale (PBT), silicones.

Las importaciones de China se dan por dos tipos de plástico, los generales y los ingenieriles, la mayor parte de plástico importado es el polietileno, polipropileno, poliestireno, policloruro de vinilo y acrilonitrilo butadieno estireno.

China necesita importar grandes cantidades de resinas sintéticas para cubrir la demanda local, ya que en los últimos años, los plásticos están siendo utilizados como sustitutos de los productos de madera, construcción y muchas otras industrias. Los principales proveedores para China son Japón, Corea y Taiwán.

En las exportaciones, china se ha convertido en un fuerte exportador de productos plásticos, especialmente en recipientes para transportar y empacar productos, elementos de cocina, instrumentos y materiales para la construcción y otros productos de uso diario.

El polietileno (PE) es el material que mas demanda tiene dentro de la industria nacional China. Los productos de ese material son usados principalmente en láminas para el sector agrícola y en materiales utilizados para empaque, lo que constituye el 60% del consumo total del polietileno. El polipropileno (PP) es otra resina destacada en China donde la producción nacional alcanza a cubrir la mitad de la demanda local¹⁰.

2.3.2. Principales empresas competidoras Nacionales e internacionales

A continuación se presentan las empresas más representativas, dados los diferentes países competidores para cada una de las Posiciones Arancelarias y las empresas Colombianas que mayor exportan dichos productos.

2.3.2.1. Las Demás de Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Materias de las Partidas No. 39,01 a 39,14 (3926909090). Los países competidores en esta Posición son Estados Unidos, China, España, Brasil, México, Chile e Italia.

¹⁰ MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR REPÚBLICA DE COLOMBIA. Plástico y caucho en china. Perfil sectorial, materiales plásticos y resinas [en línea]. Bogotá: Mincomex Colombia, 2004. [consultado 13 de Marzo, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.mincomex.gov.co>

Cuadro 14. Empresas internacionales para la Posición 3926909090

País origen	Departamento de destino	Razón social del proveedor	Actividad económica del proveedor	Ciudad/país del exportador	Dirección del exportador
ESTADOS UNIDOS.	CUNDINAMARCA.	ORANGE PRODUCTS. INC.	Fabricación de plásticos en formas primarias.	ELLENTOWN	1929 VULTEE STREET. ALLENTOWN. PA 1
ESTADOS UNIDOS.	CUNDINAMARCA.	ABBOTT LABORATORIES INTL CO	Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos.	NORTH CHICAGO	RT 41 Y MARTIN LUTHER KING JR DRIVE
ESTADOS UNIDOS.	SANTAFE DE BOGOTA.	BAYER HEALTHCARE LLC A SUBSIDIA	Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos.	EAST WAMPORE MA	333 CONEY ST EAST WALPORE MA 02032
ESTADOS UNIDOS.	VALLE DEL CAUCA	COSTEX TRACTOR PARTS	Comercio al por mayor de maquinaria y equipo para la agricultura, minería, construcción y la industria.	MIAMI	6100 N W 77 COURT MIAMI FL 33166
ESTADOS UNIDOS.	ATLANTICO.	F.I.C TRADING CORPORATION	Comercio al por mayor de productos diversos.	MIAMI	10975 N W 29 STREET MIAMI 33172
ESTADOS UNIDOS.	ANTIOQUIA.	PLASTIFORM SPOTLESS GROUP	Comercio al por mayor de productos textiles, productos confeccionados para uso doméstico.	NEW YORK	150 MOTOR PARKWAY SUITE 413 HAUPPAU
ESTADOS UNIDOS.	CUNDINAMARCA.	TYCO ELECTRONICS CORP	Comercio al por mayor de productos diversos.	VARINA	8000 PURFOY ROAD US-FUQUAY-VARINA N
ESTADOS UNIDOS.	VALLE DEL CAUCA	VERTILUX LTD	Reparación de enseres domésticos.	MIAMI	7300 N W 35 TH TERRACE MIAMI FLORID
CHINA.	CUNDINAMARCA.	DEMAX INDUSTRY CO., LTD	Comercio al por mayor de productos diversos.	HANGZHOU	17D E RICHFUL TRADE PLAZA 258 ZHONG
CHINA.	SANTAFE DE BOGOTA.	SELLERS UNION CO., LTD	Fabricación de artículos de plástico.	NINGBO	24F YINYI BUILDING 132 RENMIN ROAD
CHINA.	ANTIOQUIA.	YUEQING KYLIN MOTORCYCLE FITTING	Fabricación de artículos de plástico.	NINGBO	N 62 66 WANGFENG RD NIUBIDONG YUEQI
CHINA.	ANTIOQUIA.	NINGBO ZHONGMAO GROUP CO LTD	Fabricación de artículos de plástico.	NINGBO	28 MIAMO PU ROAD ZHENHAI
CHINA.	SANTAFE DE BOGOTA.	ZHEJIANG ZEC IMPORT AND EXPORT	Fabricación de formas básicas de plástico.	HANGZHOU	10F ZHEJIANG ECONOMIC COOPERATION Z
CHINA.	VALLE DEL CAUCA	GUANGZHOU RIPPON STATIONERY CO. L	Otras industrias manufactureras.	GUANGZHOU	727 HUANGPU DONG ROAD
CHINA.	VALLE DEL CAUCA	HARRY CHAN & CO. LTD	Comercio al por mayor de productos diversos.	HARCHANCO	3RD FLOOR CHUNG HING COMMERCIAL BLD

CHINA.	CUNDINAMARCA.	JENSEN INDUSTRIAL LTD	Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco.	HONG KONG	11 F WANCHAI COMM CTR 194 204 JOHNS
ESPAÑA	SANTAFE DE BOGOTA.	GERMANS BOADA S.A.	Comercio al por menor de artículos de ferretería, cerrajería y productos de vidrio, excepto pinturas en establecimientos especializados.	BARCELONA	AV OLIMPIADES 89 91
ESPAÑA	SANTAFE DE BOGOTA.	MENSHEN	Elaboración de productos derivados del petróleo, fuera de refinería.	BARCELONA	AV BARCELONA 237 08750 MOLINS
ESPAÑA	CUNDINAMARCA.	BENIPLAST/ BENITEX S.A.	Producción especializada de flor de corte bajo cubierta y al aire libre.	VALENCIA	AVDA VICENTE BOLUDA POLOP S N 46830
ESPAÑA	CUNDINAMARCA.	MALLAS LEVANTE SL	Producción especializada de flor de corte bajo cubierta y al aire libre.	BADALONA	ISIDRE NONELL 19 08911 BADALONA (ES
ESPAÑA	SANTAFE DE BOGOTA.	RAYEN PRODUCTO S PARA HOGAR S.A.	Comercio al por menor de equipos y artículos de uso doméstico diferentes de electrodomésticos y muebles para el hogar en establecimientos especializados.	BARCELONA	AVDA BERTRAN Y GUELL 41 51
ESPAÑA	VALLE DEL CAUCA	VIRUTEX ILKO S A	Comercio al por mayor de otros productos de consumo.	SANTIAGO CHILE	CAMINO MELIPILLA 7875 CERRILLOS
ESPAÑA	CUNDINAMARCA.	PLASTICOS TA -TAY S.A.	Comercio al por mayor de productos diversos.	BARCELONA	CTRA S ADIRAN LA ROCS KM 15
ESPAÑA	SANTAFE DE BOGOTA.	GIRO GH S.A.	Comercio al por mayor de maquinaria y equipo para la agricultura, minería, construcción y la industria.	BADALONA	C JAUME RIBO 35 37 LOCAL 1 B 08911
BRASIL.	SANTAFE DE BOGOTA.	ACTARIS LTDA	Comercio al por mayor de maquinaria y equipo.	CAMPINAS SAO PABLO	ROD CAMPINAS MOGI MIRIM KM 121 CEP
BRASIL.	ANTIOQUIA.	ANDREAS STIHL MOTO-SERRAS LTDA	Comercio al por mayor de maquinaria y equipo para la agricultura, minería, construcción y la industria.	SAO LEOPOLDO RS	AV. SAO BORJA 3000 CAIXA POSTAL 384
BRASIL.	SANTANDER.	MARCHESA N IMPLEMENT OS E MAQUINA	Comercio al por mayor de materias primas, productos agrícolas, excepto café, y flores.	SAO PAULO	AV MARCHESAN 1 979 MATAO SP
BRASIL.	ANTIOQUIA.	MAYMOUTH S.A.	Otras industrias manufactureras.	CHIASO	PIAZZA INDIPENDENZA 3 CASELLA POSTA
BRASIL.	VALLE DEL CAUCA	JOHNSON & JOHNSON INDUSTRIAL LT	Otras industrias manufactureras.	SAN JOSE DOS CAMPO	RODOVIA PRESIDENTE DUTRA KM 154
BRASIL.	SANTAFE DE BOGOTA.	POLYSACK INDUSTRIA S LTDA	Producción agrícola en unidades no especializadas.	ITAPOLIS	RUA PARANA 491 DISTRITO INDUSTRIAL
BRASIL.	VALLE DEL CAUCA	BRIGAPLAS T IND. E COM. PLASTICOS	Fabricación de otros productos químicos.	ITAVUVU	AV. ITAVUVU 538 VILA GOMES
BRASIL.	CUNDINAMARCA.	PINCEIS ATLAS S.A.	Comercio al por menor de otros nuevos productos de consumo en establecimientos especializados.	ESTEIO	BR 116 KM 258 PO BOX 87 ESTEIO RS B
BRASIL.	SANTAFE DE BOGOTA.	RGB INDUSTRIA METALURGI CA LTDA	Comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores.	CAXIAS DO SUL	RUA LUIZ MODENA 102 BAIRRO CRUZEIRO

BRASIL.	SANTAFE DE BOGOTA.	OEM COMERCIO EXTERIOR LTDA	Comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores.	SAO PAULO BR	R MAJOR PALADINO 128 GALPAO 01 BL A
MEXICO.	VALLE DEL CAUCA	NOVATEC PAGANI S.A. DE C.V.	Comercio al por mayor de materias primas, productos agrícolas, excepto café, y flores.	MEXICO D.F.	GUTENBERG NO 222 COL ANZURES 11590
MEXICO.	CUNDINAMARCA.	EUROMATIC S.A. DE C.V.	Fabricación de artículos de plástico.	MEXICO D F	ESPANA NUM 288 COL SAN NICOLAS TOLE
MEXICO.	VALLE DEL CAUCA	RECKITT BENCKISER MEXICO S.A. D	Fabricación de otros productos químicos.	ATIZAPAN	CIRCUITO DR. GUSTAVO BAZ NO.7 FRACC
MEXICO.	VALLE DEL CAUCA	AURIGA PLASTICOS, S.A. DE C.V.	Otras industrias manufactureras.	IZTAPALAPA	AV TLAHUAC NO 5502 COL SAN NICOLAS
MEXICO.	VALLE DEL CAUCA	BEIERSDORF MEXICO S.A. DE C.V	Otras industrias manufactureras.	MEXICO	PONIENTE 116 NO.509 IND VALLEJO
MEXICO.	SANTAFE DE BOGOTA.	MOLDES Y PLASTICOS DE PRECISION	Elaboración de otros productos alimenticios.	NAUCALPAN	CERRADA DE PROTON NO 8 PARQUE INDUS
MEXICO.	CUNDINAMARCA.	PLASTIGAMAR S.A. DE C.V.	Comercio al por mayor de otros productos intermedios.	MEXICO	AV PRIMAVERA MZ 1 LT 11
MEXICO.	VALLE DEL CAUCA	VANTEX S A DE C V	Otras industrias manufactureras.	JALISCO	RIO BLANCO N 107 COL TESISTAN C P
CHILE.	VALLE DEL CAUCA	MASPROT SOC. COM. E IND. LIMITA	Comercio al por mayor de productos diversos.	SANTIAGO	CARLOS WALKER MARTINEZ 5558 SAN MIG
CHILE.	SANTAFE DE BOGOTA.	COMERCIAL E INDUSTRIAL SANTA IS	Fabricación de artículos de plástico.	SANTIAGO	EL TREBOL 1096 SANTA ROSA DE CHENA
CHILE.	ANTIOQUIA.	TECNICA INDUSTRIAL Y COMERCIAL	Fabricación de aparatos de uso doméstico.	SANTIAGO	CALLE AEROPUERTO 9791 LOS CERRILLOS
CHILE.	SANTAFE DE BOGOTA.	GIST - BROCADES CHILE S.A.	Comercio al por mayor de materias primas, productos agrícolas, excepto café, y flores.	QUILICURA SANTIAGO	AVDA PDTE EDO FREI MONTALVA NO 9290
CHILE.	SANTAFE DE BOGOTA.	FABRICA DE ENVASES FOSKO S.A.	Elaboración de otros productos alimenticios.	SANTIAGO	BROWN NORTE 797 NUNOA
ITALIA.	CUNDINAMARCA.	PLASCO PLASTIC MACHINERY & CO S	Fabricación de artículos de plástico.	RESCALDINA, MI	VIA RESSEGONE 16 20027
ITALIA.	SANTAFE DE BOGOTA.	AROMA SYSTEM S.R.L	Fabricación de artículos de plástico.	BOLOGNA	VIA DEL BATTIRAME 6 40138
ITALIA.	CUNDINAMARCA.	TENAX INTERNATIONAL B.V.	Fabricación de artículos de plástico.	LUGANO BRANCH	V A T IT 02050960133
ITALIA.	SANTAFE DE BOGOTA.	TECOMEC SPA	Comercio al por mayor de maquinaria y equipo para la agricultura, minería, construcción y la industria.	REGGIO EMILIA	VIA SECCHI 2 42011 BAGNOLO IN PIANO
ITALIA.	ANTIOQUIA.	COMERCIAL FORZA S.A.	Comercio al por mayor de maquinaria y equipo para la	PANAMA	P O BOX 832 1120

			agricultura, minería, construcción y la industria.		
ITALIA.	ATLANTICO.	NORDMECCANICA S.P.A	Fabricación de formas básicas de plástico.	PIACENZA	STRADA DELL ORSINA 16/A 29100
ITALIA.	VALLE DEL CAUCA	INGE SPA	Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos.	MILAN	VIA DELLE GROANE 126 20024 GARBAGNA
ITALIA.	SANTAFE DE BOGOTA.	STARPLAST SRL.	Comercio al por menor de productos diversos, en establecimientos especializados.	POTENZA PICENA	C DA REUCCIO 2 62018

Fuente: LEGISCOMEX, link Mercados, Declaraciones de importaciones y exportaciones colombianas [en línea]. Bogotá: Legiscomex, 2005. [consultado 21 de Marzo 2006]. Disponible en Internet: <http://www.legiscomex.com/mercado>

Cuadro 15. Empresas colombianas para la Posición 3926909090

EMPRESAS COLOMBIANAS EXPORTADORAS			
NIT	RAZÓN SOCIAL	TELEFONO	CIUDAD
-8903007946	PLASTICOS RIMAX S.A.	6080025	CALI
-8001348074	AVANT PLAST LTDA AVANCES TECNOLOGICOS PLASTICOS LTDA	6783220	BOGOTA
-8903060409	PLINCO	6644401	YUMBO
-8605132901	PROENFAR S A	2185688	SANTA FE DE BOGOTA
-8000183591	EBEL INTERNATIONAL	4376161	TOCANCIPA
-8600137717	AJOVER	5949999	BOGOTA
-8001822854	COROPLAST LTDA	6277423	BOGOTA
-101331883	FELINE INTERNACIONAL	8834511	CALI VALLE
-8600050501	PAVCO S A	7825000	BOGOTA
-8909002853	COMPANIA DE EMPAQUES S A	2556000	ITAGUI
-8060034150	VENTECH LTDA	6539674	CARTAGENA
-8002244472	DIPRO LTDA	6360020	BOGOTA
-8000603146	CORPORACION DEXSON LTDA DEXSON	4125300	BOGOTA
-8914088230	NORMARH LIMITADA	363365	PEREIRA
-8300668602	A & P DE COLOMBIA LIMITADA	2772478	BOGOTA
-8000650065	MULTIHERRAJES S.A.	3012299	SABANETA
-8909005596	PLASTICOS MEDELLIN LTDA	3716299	ITAGUI
-8600247302	COLTAVIRA S A	4144011	BOGOTA

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Empresas exportadoras [en línea]. Bogotá: PROEXPORT, 2004. [consultado 11 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

2.3.2.2. Jeringas de Plástico, incluso con aguja (9018312000). Los países competidores para esta Posición son Estados Unidos, Brasil, España, Alemania, Corea del sur, Bélgica y China.

Cuadro 16. Empresas internacionales para la Posición 9018312000

País origen	País Exportador	Departamento de destino	Razón social del proveedor	Actividad económica del proveedor	Ciudad/país del exportador	Dirección del exportador
ESTADOS UNIDOS.	ESTADOS UNIDOS.	CUNDINA MARCA.	BECTON DICKINSON & COMPANY	Comercio al por mayor de equipos médicos quirúrgicos y de aparatos protésicos.	FRANKLIN LAKE	ONE BECTON DRIVE FRANKLIN LAKES NJ0
ESTADOS UNIDOS.	ESTADOS UNIDOS.	SANTAFE DE BOGOTA.	STARKEY LABORATORIES INC.	Comercio al por mayor de equipos médicos quirúrgicos y de aparatos y protésicos.	MINNESOTA	6600 WASHINGTON AVE 5 EDEN PRAIRIE
ESTADOS UNIDOS.	IRLANDA (EIRE).	SANTAFE DE BOGOTA.	BENEX LIMITED	Comercio al por mayor de equipos médicos quirúrgicos y de aparatos protésicos.	SHANNON	SHANNON INDUSTRIAL PARK COUNTY CLAR
ESTADOS UNIDOS.	ESTADOS UNIDOS.	SANTAFE DE BOGOTA.	MEDRAD, INC.	Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos.	INDIANOLA	P O BOX 360172 PITTSBURG PA 15251 6
ESTADOS UNIDOS.	ESTADOS UNIDOS.	VALLE DEL CAUCA	DUARQUIN EXPORT CORP.	Actividades de la práctica médica.	MIAMI	17905 SW 1 ST-STREET MIAMI FL 3302
ESTADOS UNIDOS.	ZONA FRANCA CALI.	VALLE DEL CAUCA	CROSSWELL INTERNATIONAL	Regulación de las actividades de organismos que prestan servicios de salud, educativos, culturales y otros servicios sociales, excepto servicios de seguridad social.	FLORIDA	9200 S DADELAND BLVD SUITE 404
ESTADOS UNIDOS.	ESTADOS UNIDOS.	ANTIOQUIA.	VITAL SIGNS, INC	Comercio al por menor de otros nuevos productos de consumo en establecimientos especializados.	TOTOWA	20 CAMPUS ROAD INTERNATIONAL DEPT N
ESPAÑA	IRLANDA (EIRE).	CUNDINA MARCA.	BENEX LIMITED	Comercio al por mayor de equipos médicos quirúrgicos y de aparatos protésicos.	COUNTY CLARE	TRACY PALLAS SHANNON INDUSTRIAL PAR
ESPAÑA	VENEZUELA	SANTAFE DE BOGOTA.	BECTON DICKINSON VENEZUELA, C.A	Comercio al por mayor de equipos médicos quirúrgicos y de aparatos protésicos.	CARACAS	CLL 11 CRUCE CON CLL 5 ED KENIKA PS
ALEMANIA.	AUSTRIA.	SANTAFE DE BOGOTA.	ANTON PAAR GMBH.	Comercio al por mayor de productos químicos básicos, plásticos y caucho en formas primarias y productos químicos de uso agropecuario.	VIENNA, AT	ANTON PAAR STRASSE 20 A 8054
ALEMANIA.	ALEMANIA.	SANTAFE DE BOGOTA.	B BRAUN MELSUNGEN A G	Comercio al por mayor de equipos médicos quirúrgicos y de aparatos protésicos.	MELSUNGEN	POSTFACH 11 20 D 34209 MELSUNGEN
ALEMANIA.	ALEMANIA.	SANTAFE DE BOGOTA.	HAUPTNER HERBERHOLZ	Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco.	SOLINGEN	KULLER STR 38 44 D 42651 SOLINGEN
ALEMANIA.	ALEMANIA.	SANTAFE DE BOGOTA.	SCHERING AG.	Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos.	BERLIN	D 13342 BERLIN

ALEMANIA.	ALEMANIA.	ATLANTI CO.	TROGE MEDICAL GMBH	Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador.	HAMBURG	MILCHSTRASSE 19 D 20148 HAMBURG
COREA DEL SUR	COREA DEL SUR	SANTAFE DE BOGOTA.	GREEN CROSS VACCINE CORPORATION	Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador.	SEUL YONGIN	303 BOJUNG RI KOOSUNG MYUM YONGIN K
COREA DEL SUR	ESTADOS UNIDOS.	VALLE DEL CAUCA	EVEREST MEDICAL	Comercio al por mayor de equipos médicos quirúrgicos y de aparatos protésicos.	MIAMI FL	2585 N.W.74TH AVE.MIAMI FL 33122
COREA DEL SUR	COREA DEL SUR	VALLE DEL CAUCA	HWAJIN MEDICAL CO.,LTD	Comercio al por mayor de productos diversos.	CHUNGNAM	445 4 Hwasung RI SUNG NAM MYUN
COREA DEL SUR	COREA DEL SUR	SANTAFE DE BOGOTA.	SUNG SHIM MEDICAL CO. LTD.	Otras actividades de servicios.	PUCHEON	NO 156 8 DODANG DONG WONMI KU PUCHE
CHINA.	CHINA.	SANTAFE DE BOGOTA.	GUILIN HBM HEALTHCARE INC	Comercio al por mayor de otros productos de consumo.	GUILIN	NO. 6 WUSHAN RD GUILIN P.R. CHINA 5
CHINA.	URUGUAY.	SANTAFE DE BOGOTA.	MEDICAL TRADING	Comercio al por mayor de productos diversos.	MONTEVIDEO	SIMON BOLIVAR 1441
CHINA.	ESTADOS UNIDOS.	RISARAL DA.	NIPRO MEDICAL CORPORATION	Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador.	MIAMI FLORIDA	3150 N W 107TH AVENUE MIAMI FLORIDA
CHINA.	ESTADOS UNIDOS.	VALLE DEL CAUCA	NUBENCO ENTERPRISES INC.	Comercio al por mayor de equipos médicos quirúrgicos y de aparatos protésicos.	NEW JERSEY	ONE KALISA WAY SUITE 207 PARAMUS NE
CHINA.	CHINA.	SANTAFE DE BOGOTA.	SHANDONG ZIBO SHANCHUAN MEDICAL	Otras industrias manufactureras.	SHANDONG	CHENG NAN TOWN ZICHUAN ZIBO
CHINA.	CHINA.	SANTAFE DE BOGOTA.	SHANGHAI HUACHEN MEDICAL INSTRU	Comercio al por mayor de equipos médicos quirúrgicos y de aparatos protésicos.	SHANGHAI	20 ZHENG DAN EAST ROAD 200433 SHANGHAI
CHINA.	CHINA.	SANTAFE DE BOGOTA.	ZHEJIANG HUAFU MEDICAL EQUI	Comercio al por mayor de equipos médicos quirúrgicos y de aparatos protésicos.	ZHEJIANG	NX GUANGYANG ROAD QUIGGANG YUHUAN C
BELGICA.	BELGICA.	SANTAFE DE BOGOTA.	GLAXOSMITHKLINE BIOLOGICALS S.A.	Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos.	RIXENSART	RUE DE I INSTITUT 89 B-1330 RIXENSA

Fuente: LEGISCOMEX, link Mercados, Declaraciones de importaciones y exportaciones colombianas [en línea]. Bogotá: Legiscomex, 2005. [consultado 21 de Marzo 2006]. Disponible en Internet: <http://www.legiscomex.com/mercado>

Cuadro 17. Empresas colombianas para la Posición 9018312000

EMPRESAS COLOMBIANAS EXPORTADORAS			
NIT	RAZÓN SOCIAL	TELEFONO	CIUDAD
-8901067787	LABORATORIOS RYMCO S.A.	3559632	BARRANQUILLA
-8605167153	INDUSTRIAS PLASTICAS GR LTDA	2470907	BOGOTA D.C.
-8000417875	LHAURAVET LIMITADA	4181183	BOGOTA
-8901065275	PROCAPS	3719900	BARRANQUILLA
-8000648478	PROM LTDA	6632217	CALI
-8300881355	PHARMAEUROPEA DE COLOMBIA	2162217	BOGOTA
-8600007601	LABORATORIOS SYNTHESIS LTDA Y C	6438550	BOGOTA

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Empresas exportadoras [en línea]. Bogotá: PROEXPORT, 2004. [consultado 11 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

2.3.2.3. Los Demás de Demás bombonas, (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares, de Plástico (3923309090). En esta Posición los países principalmente competidores son México, Perú, Estados Unidos y Uruguay.

Cuadro 18. Empresas internacionales para la Posición 3923309090

País origen	País Exportador	Departamento de destino	Razón social del proveedor	Actividad económica del proveedor	Ciudad/país del exportador	Dirección del exportador
MEXICO.	MEXICO.	SANTAFE DE BOGOTA.	ZAPATA ENVASES S.A. DE C.V.	Fabricación de artículos de plástico.	MEXICO	CALZADO GUADALUPE NO. 504
MEXICO.	MEXICO.	SANTAFE DE BOGOTA.	ENVASES UNIVERSALES DE MEXICO	Fabricación de artículos de plástico.	MEXICO	CALZADA GUADALUPE NO 504 COL CENTRO
MEXICO.	MEXICO.	SANTAFE DE BOGOTA.	ENVASES INNOVATIVOS DE MEXICO S	Otras industrias manufactureras.	TOLUCA	CALLE 4 NTE N 4 PARQUE IND TOLUCA 2
MEXICO.	MEXICO.	VALLE DEL CAUCA	FABPETA S.A. DE C.V.	Otras industrias manufactureras.	MEXICO D.F.	PLATANALES 221 COL. NUEVA SANTA MAR
MEXICO.	MEXICO.	SANTAFE DE BOGOTA.	MIRAPLASTEK S.A. DE C.V.	Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos.	AGUASCALIENTE	JESUS MARIA ROMO NO. 113 CD. INDUST
PERU.	PERU.	CUNDINAMARCA.	AMCOR PET PACKAGING DEL PERU S.	Fabricación de artículos de plástico.	LIMA	AV NICOLAS ARRIOLA N 824 OF 305 UR

PERU.	PERU.	SANTAFE DE BOGOTA.	PIERIPLAST S.A.C.	Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador	LIMA	JR CAJAMARQUILLA 1047 1075 ZONA IND
PERU.	PERU.	CUNDINAMARCA.	INDUSTRIAS TERMOS S.A	Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador	LIMA	CALLE COMUNIDAD INDUSTRIAL LOTE 19
ESTADOS UNIDOS.	ESTADOS UNIDOS.	CUNDINAMARCA.	ACCESS BUSINESS GROUP INTERNATI	Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco.	MICHIGAN	7575 FULTON STREET EAST ADA,MICHI 4
ESTADOS UNIDOS.	ESTADOS UNIDOS.	VALLE DEL CAUCA	BAXTER EXPORT CORPORATION	Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos.	DEERFIELD IL	ONE BAXTER PARWAY P O BOX 784
ESTADOS UNIDOS.	ESTADOS UNIDOS.	VALLE DEL CAUCA	CELSIS INC.	Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador	EDISON	165 FIELDCREST AVE P O BOX 6975
ESTADOS UNIDOS.	ESTADOS UNIDOS.	ATLANTICO.	COLFESA LTD	Comercio al por menor de productos diversos, en establecimientos especializados.	MIAMI	2142 N.W 99 AVENUE. MIAMI FL.33172
ESTADOS UNIDOS.	ESTADOS UNIDOS.	VALLE DEL CAUCA	FEDERAL PACKAGE NETWORK, INC.	Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador	CHASKA	4044 PEAVEY ROAD CHASKA MN 55318
ESTADOS UNIDOS.	ESTADOS UNIDOS.	CUNDINAMARCA.	FISHER SCIENTIFIC WORLDWIDE	Comercio al por mayor de productos diversos.	PITTSBURGH	P.O. BOX 360478 PITTSBURG PA 15251-
ESTADOS UNIDOS.	ESTADOS UNIDOS.	SANTAFE DE BOGOTA.	FORD MOTOR COMPANY	Comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores.	LIVONIA, MICHIGAN	29500 PLYMOUTH ROAD, P.O. BOX 3000,
ESTADOS UNIDOS.	ESTADOS UNIDOS.	SANTAFE DE BOGOTA.	MEDICAL RESEARCH LABORATORIES	Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador.	HIGHLAND	2 TESSENNEER DR HIGHLAND HEIGHTS KY
ESTADOS UNIDOS.	ESTADOS UNIDOS.	ANTIOQUIA.	TECHPACK AMERICA COSMETIC PACKA	Comercio al por menor de productos farmacéuticos, medicinales, y odontológicos, artículos de perfumería, cosméticos y de tocador, en establecimientos especializados.	TEXAS	5845 E 14TH STREET

Fuente: LEGISCOMEX, link Mercados, Declaraciones de importaciones y exportaciones colombianas [en línea]. Bogotá: Legiscomex, 2005. [consultado 21 de Marzo 2006]. Disponible en Internet: <http://www.legiscomex.com/mercado>

Cuadro 19. Empresas colombianas para la Posición 3923309090

EMPRESAS COLOMBIANAS EXPORTADORAS				
NIT	RAZON SOCIAL	TELEFONO	CIUDAD	E MAIL
8605222132	TROFORMAS	2626741	BOGOTÁ	troforma@gaitana.interred.net
8001566359	ALUSUD EMBALAJES COLOMBIA LTDA	2952200	BOGOTÁ	
8000417234	AMCOR		(ITAGUI) ANT	http://www.amcor.com
8110058096	COMERCIALIZADORA Y TRANSFORMADORA DE PLASTICOS S.A	2880911	ENVIGADO (ANT.)	ctpfinanciera@epm.net.co
8600392916	FAMOPLAST LTDA	4159653	BOGOTÁ	
8909006254	INDUSTRIAS PLÁSTICAS MM LTDA	3722020	ITAGUI (ANT)	industrias@plasticasmm.com.co
8605305470	MULTIDIMENSIONALES S.A	4222000	BOGOTÁ	renato.lenci@multidimcol.com
8909240345	PLÁSTICOS DESECHABLES DE COLOMBIA	3730941	ITAGUI (ANT)	eplasdec@col3.telecom.com.co
8909074061	PLÁSTICOS TRUHER S.A	2880955	SABANETA (ANT)	truher@epm.net.co
8909004272	PROPLAS S.A	3730111	MEDELLÍN	proplas@epm.net.co
8001445081	RB PLASTICOS LTDA	4417663	CALI	rbplasticos@telesat.com.co
8600144043	TAPON CORONA DE COLOMBIA S.A.	8258107	MOSQUERA (CUN)	http://www.taponcorona.com.co
8909189652	TECNICAS BALTIME DE COLOMBIA S.A.	(5)4229955	STA MARTA	
8903064995	UNIÓN PLÁSTICA LTDA		YUMBO - VALLE	ventas@unionplastica.com

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Empresas exportadoras [en línea]. Bogotá: PROEXPORT, 2004. [consultado 11 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

2.4. MARCO DE LOS PAÍSES PRESELECCIONADOS (AFINIDAD POLÍTICA, ECONÓMICA Y SOCIAL)

Dentro del marco de los países preseleccionados es necesario averiguar las costumbres, estilos de vida, entre otros, identificando si estos aspectos son afines con los productos a exportar ya que si el producto no es compatible con estos aspectos, probablemente no será aceptado en el mercado.

También se debe procurar que el país tenga afinidad en el idioma o que se tenga un buen dominio del idioma ingles para evitar inconvenientes en cuanto a la comunicación en la venta y logística.

Otro aspecto importante es la afinidad comercial para poder tomar decisiones sobre cual es el país al que debo ingresar.

2.4.1. Bolivia

Nombre oficial: República de Bolivia

Población: Según estadísticas de Julio del 2005, Bolivia cuenta con 9.427.000 habitantes, de los cuales el 55% son indígenas, 30% mestizos, y el 15% criollo y de origen europeo.

Grupos étnicos: En Bolivia se dividen en dos ramas principales: la Andina que se asienta en las regiones altiplánicas y los valles y la de las regiones cálidas. Entre la población indígena mayoritaria se encuentran los quechuas y los aymaras, mientras que las otras etnias constituyen grupos pequeños y de localización concreta. (Se identifican alrededor de 30 grupos étnicos distintos).

Idioma: En Bolivia los idiomas oficiales son el castellano, el aymará y el quechua, aunque existen más de 15 lenguas indígenas.

Capital: Sucre es la capital constitucional y La Paz la capital administrativa y sede de gobierno.

Ciudades principales: La Paz, Santa Cruz de la Sierra, Cochabamba, Tarija y Sucre.

Presidente actual: Actualmente Bolivia se encuentra bajo el mandato del Presidente Evo Morales. El presidente es jefe del Estado y jefe del Gobierno.

Las elecciones para la rama ejecutiva y legislativa se celebran cada cinco años por voto popular. Para la rama judicial, los jueces son designados en términos de diez años por el congreso nacional.

Dinero Oficial: La unidad monetaria oficial es el boliviano.

Economía en 2005:

- PIB: US\$ 8, 932, 000, 000.00
- PIB per. Capita: US\$ 947 / habitante
- Crecimiento del PIB:3.58%
- Inflación: 4.9%
- Desempleo:8.6%

- *Recursos naturales:* estaño, gas natural, petróleo, zinc, tungsteno, antimonio, plata, hierro, plomo, oro.
- *Productos agrícolas:* café, coca, algodón, maíz, caña de azúcar, arroz, patatas.
- *Principales Industrias:* minerales, petróleo, alimentos y bebidas, tabaco, artesanía, vestido. Porcentaje de crecimiento industrial: 5 %
- *Principales productos de exportación:* Metales, gas natural, soya, joyas, madera, productos químicos, petróleo.
- *Principales proveedores de las importaciones:* Estados Unidos, Argentina, Brasil y Japón.
- *Principales Países destino de las exportaciones:* Estados Unidos, Argentina.

Horario Instituciones públicas y privadas

- *Dirección Nacional de Migración.* 08:30 AM. a 04:00 PM.
- *Dirección Nacional de Aduana:* 09:30 AM. a 11:30 AM y 03:30 PM. a 05:30 PM.
- *Viceministerio de Turismo* 08:00 AM. a 04:00 PM. Sábado de 08:30 a.m. a 06:00 p.m.
- *Agencias de viajes y turismo:* lunes a viernes de 08:30 AM. a 12:30 PM. y de 02:30 AM. a 07:00 PM. Sábado de 08:30 AM. a 12:00 m.
- *Bancos:* lunes a viernes de 08:00 AM. a 12:00 m. y de 02:30 PM. a 06:00 PM. Sábados (algunas sucursales): de 9:00 AM. a 01:00 PM.

2.4.2. Ecuador

Nombre oficial: República de Ecuador

Población: Actualmente Ecuador cuenta con 13.211.000 habitantes. La población se concentra principalmente en la costa y en la sierra, siendo escasamente pobladas las otras dos regiones Oriente y Galápagos.

Grupos Étnicos: La etnia mayoritaria en el Ecuador son los mestizos y los indígenas, y como etnias minoritarias se encuentran los blancos y los negros.

Idioma: El idioma oficial de Ecuador es el español, que es hablado por el 95% de la población, el segundo idioma más hablado es el quechua, usado por la mayoría de la población indígena.

Capital: Quito.

Ciudades principales: Guayaquil, Quito, Cuenca, Ambato, Santo Domingo, Machala, Portoviejo, Riobamba, Loja.

Presidente actual: Desde el 20 de Abril del 2005 el congreso sustituyó al presidente anterior Lucio Edwin Gutiérrez Borbua asumiendo la presidencia Alfredo Palacio González.

Dinero Oficial: Dólar Americano

Economía en 2005:

- PIB: US\$ 30, 285, 000,000.00
- PIB per. Capita: US\$ 2,701.00
- Crecimiento del PIB: 6.60%
- Inflación: 3,1%
- Desempleo: 10.9%
- *Recursos naturales:* Petróleo, pescados, estaño.
- *Productos agrícolas:* Plátanos, café, cacao, arroz, patatas, mandioca, caña de azúcar ganado, corderos, cerdos, carne de vacuno, cerdo, productos lácteos, madera de balsa, pescados, gambas.
- *Principales Industrias:* Petróleo, industrias agroalimentarias, textiles, trabajos

en metal, productos de papel, manufacturas de madera, productos químicos, plásticos, pesca, madera

- *Porcentaje de crecimiento industrial:* 6.4 %
- *Principales productos de Exportación:* Petróleo; banano; plátano, cacao, maquinaria de transporte, vehículos; bienes de consumo, productos químicos.
- *Principales proveedores de las Importaciones:* Estados Unidos, Colombia, Venezuela, Brasil y China.
- *Principales países destino de las Exportaciones:* Estados Unidos, Panamá, Perú, Italia y Colombia.

Ferias y/o eventos del plástico:

- ❖ Productividad y calidad May 08 - 26, 2006 Guayaquil, Ecuador.
- ❖ Extrusión de termoplásticos May 15 - 20, 2006. Quito, Ecuador
- ❖ Soplado y termo formado Jul 10 - 15, 2006. Cuenca, Ecuador
- ❖ Inyección de termoplásticos Curso Ago 14 - 30 , 2006 Guayaquil, Ecuador

Horario de negocios: 09:00 – 13:00 y 14:00 – 18:00. Lunes a Viernes. 09:00 - 14:00 sábados

Horario de bancos: 08:30 – 17:00 lunes a viernes. 09:00 – 14:00 sábados.

2.4.3. Perú

Nombre oficial: República del Perú

Población: La población Peruana alcanza un total de 27.947.000 de habitantes.

Idioma: El idioma oficial de Perú es el español.

Capital: Lima

Ciudades principales: Lima, Cuzco, Arequipa, Chiclayo, Piura, Trujillo, Iquitos, Chiclayo

Presidente actual: Desde el 28 de Julio del año 2001, el país se encuentra bajo mandato del presidente Alejandro Toledo (2001 – 2006)

Dinero Oficial: Nuevo sol

Economía en 2005:

- PIB: US\$ 73,838, 000,000.00
- PIB per. Capita: US\$ 2,642.00
- Crecimiento del PIB: 4,80%
- Inflación: 1,50%
- Desempleo: 10.5%
- *Recursos naturales:* Cobre, plata, oro, petróleo, estaño, pescados, mineral de hierro, carbón, fosfatos, potasa.
- *Productos agrícolas:* Café, algodón, caña de azúcar, arroz, trigo, patatas, coca, avicultura, carnes rojas, productos lácteos, lana.
- *Principales Industrias:* Minerales metálicos, petróleo, pesca, textiles, ropas, industrias agroalimentarias, cemento, montaje de automóviles, acero, construcción de barcos, fabricaciones metálicas.
- *Principales productos de exportación:* Petróleo; flores; banano;
- *Principales proveedores de las importaciones:* Estados Unidos, Colombia, China, Brasil y Venezuela.

- *Principales países destino de las exportaciones:* Estados Unidos, China, Reino Unido, Chile y Japón.

Ferias y/o eventos del plástico:

- ❖ Feria Internacional de la industria del plástico 2006 Expoplast Perú 2006. Encuentro de importantes líderes de la industria del plástico en la Costa del Pacífico. May 24 - 27, 2006. Lima, Perú.

Horario de entidades Públicas y Privadas

En las entidades públicas de 8:30 AM. a 5:00 PM.

En las entidades privadas de 9:00 AM. a 5:30 PM.

El horario atención al público de los bancos en el Perú es, por lo general, de lunes a viernes de 9:00 AM. a 6:00 PM. Asimismo, la mayoría de los bancos atienden los sábados hasta el mediodía. Existen en las calles de las principales ciudades cajeros automáticos de los diferentes bancos.

Viceministerio de Turismo de 08:15 AM. a 5:30 PM.

Comisión de Promoción del Perú – Perú: De 08:30 AM. a 5:30 PM.

Agencias de viajes y turismo: Lunes a viernes de 09:00 AM. a 6:00 PM. Sábado de 09:30 AM. a 1:00 PM.

2.4.4. Venezuela

Nombre oficial: República federal

Población: La población Venezolana es de 26.577.000 habitantes. El 88.8% de la población es urbana y se concentra en el norte del país.

Etnia: Se concentra en el 75% mestiza o mulata entre blanco-indio-negro; 13% blanca, 10% negra y 2% india.

Idioma: El Idioma venezolano es el español.

Capital: Caracas.

Ciudades principales: Caracas, Maracaibo, Mérida, Valencia, Barquisimeto y Barcelona- Puerto La cruz.

Presidente actual: Hugo Rafael Chávez Frías (2000 – 2006).

Dinero Oficial: Bolívar.

Economía en 2005:

PIB: US\$ 102,000,000,000.00

PIB per. capita: US\$: 3,838.00

Crecimiento del PIB: 17.30%

Inflación: 14.4%

Desempleo: 12.4%

Recursos naturales: Petróleo, gas natural, mineral de hierro, oro, bauxita, otros minerales, energía hidráulica, diamantes

Productos agrícolas: Maíz, sorgo, caña de azúcar, arroz, plátanos, hortalizas, café, carne de vacuno, cerdo, leche, huevos, pesca

Principales industrias: Petróleo, minerales de hierro, materiales de construcción, procesado de alimentos, textiles, acero, aluminio, montaje de motores para vehículos

Porcentaje de crecimiento industrial: 0.5 %

Principales productos de exportación: (según sector económico) Petróleo; aluminio, acero, productos químicos, agrícolas, manufacturas básicas, equipos de transporte, material de construcción.

Principales proveedores de las importaciones: Estados Unidos, Colombia, Brasil, México, Japón.

Principales países destino de las exportaciones: Estados Unidos, Colombia, México, Ecuador y Holanda.

Horario de entidades Públicas y Privadas

Entidades Bancarias: 8:30 AM a 3:30 PM (Horario Corrido).

Horario Comercial: 9:00 AM a 9:00 PM (Horario Corrido)

Horario de Oficina: 8:00 AM a 12:00 m y de 2:00 PM a 5:00 PM.

2.5. PREFERENCIAS ARANCELARIAS

Las Preferencias arancelarias indican como se puede beneficiar Colombia, dependiendo de un tipo de producto en particular, según unas tarifas preferenciales asignadas por países donde se haya establecido un Acuerdo Comercial.

En este caso, los países de la Comunidad Andina, le otorgan unas preferencias a Colombia para la exportación de sus productos.

2.5.1. Las Demás de Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Materias de las Partidas No. 39,01 a 39,14 (3926909090)

Cuadro 20. Arancel general que paga Colombia hacia los países de la CAN (3926909090)

ARANCEL DESTINO				
Posición Arancelaria	País Origen (Exportador)	País Destino (Importador)	Gravamen General	Nota
3926909000 Demás Manufacturas De Plástico Y Manufacturas De Las Demás Materias De Las Partidas 39.01 A 39.14	COLOMBIA	ECUADOR	5%	Los embarques con valor FOB superior a US \$ 4.000 están sujetos a inspección y certificación pre-embarque
3926909090 Los Demás		PERÚ	12%	
39269090 --Los demás	COLOMBIA	VENEZUELA	20%	Los embarques con valor FOB superior a US \$ 5.000 están sujetos a inspección y certificación pre-embarque

Cuadro 21. Preferencias arancelarias para Colombia según la CAN (3926909090)

ARANCEL QUE PAGA COLOMBIA SEGÚN PREFERENCIAS EN LA CAN					
Posición Arancelaria	Acuerdo	País Destino (Importador)	País Origen (Exportador)	Gravamen preferencial	Notas
3926909000 Demás Manufacturas De Plástico Y Manufacturas De Las Demás Materias De Las Partidas 39.01 A 39.14	Comunidad Andina (CAN)	ECUADOR	COLOMBIA	0%	Este producto está libre del pago de gravamen en virtud del Acuerdo de Cartagena, cumpliendo el requisito de origen. Adicionalmente debe cancelar los otros impuestos (Cuadro 22)
3926909090 Los Demás		PERÚ			Este producto está liberado en virtud de la Decisión 414 de 1997 de la CAN (Comercio entre Perú y demás países miembros).
39269090 Los Demás		VENEZUELA			Este producto está libre del pago de gravamen en virtud del Acuerdo de Cartagena, cumpliendo el requisito de origen.

Cuadro 22. Impuestos adicionales en los países de la CAN (3926909090)

IMPUESTOS ADICIONALES PARA LA POSICIÓN ARANCELARIA 3926909090				
País	Impuesto	Valor	Notas	Descripción
ECUADOR	IVA	12%		IMPUESTO AL VALOR AGREGADO
	CORPEI	US\$ 5; 0.025 %	Se aplica sobre el Valor FOB. US \$5 por importaciones menores de US\$ 20.000; y 0.025% por importaciones iguales o mayores de US\$ 20.000. Importaciones originarias y procedentes de la CAN están exentas de esta cuota.	CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES
	FODINFA	0.5 %	Se aplica sobre el valor CIF.	FONDO DE DESARROLLO PARA LA INFANCIA
	TASA MODER	0.05 %		TASA DE MODERNIZACIÓN
PERU	IGV	19%		IMPUESTO GENERAL DE VENTAS
	ISC	0%		IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO
	SEGURO	2.50 %		
	SOBRETASA	0%		SOBRETASA ADICIONAL
VENEZUELA	IVA	15%		IMPUESTO AL VALOR AGREGADO
	TSA	1%	Sobre el valor CIF	TASA DE SERVICIO ADUANERO

2.5.2. Jeringas de Plástico, incluso con aguja (9018312000)

Cuadro 23. Arancel general que paga Colombia hacia los países de la CAN (9018312000)

ARANCEL DESTINO				
Posición Arancelaria	País Origen (Exportador)	País Destino (Importador)	Gravamen General	Nota
9018312000 Jeringas De Plástico, Incluso Con Aguja	COLOMBIA	ECUADOR	5%	Los embarques con valor FOB superior a US \$ 4.000 están sujetos a inspección y certificación pre-embarque
9018312000 De plástico		PERÚ	12%	
90183120 ---De plástico		VENEZUELA	15%	Los embarques con valor FOB superior a US \$ 5.000 están sujetos a inspección y certificación pre-embarque

Cuadro 24. Preferencias arancelarias para Colombia según la CAN (9018312000)

ARANCEL QUE PAGA COLOMBIA SEGÚN PREFERENCIAS EN LA CAN					
Posición Arancelaria	Acuerdo	País Destino (Importador)	País Origen (Exportador)	Gravamen preferencial	Notas
9018312000 Jeringas De Plástico, Incluso Con Aguja	Comunidad Andina (CAN)	ECUADOR	COLOMBIA	0%	Este producto está libre del pago de gravamen en virtud del Acuerdo de Cartagena, cumpliendo el requisito de origen. Adicionalmente debe cancelar los otros impuestos
9018312000 De plástico		PERÚ			Este producto está liberado en virtud de la Decisión 414 de 1997 de la CAN (Comercio entre Perú y demás países miembros).
9018312000 ---De plástico		VENEZUELA			Este producto está libre del pago de gravamen en virtud del Acuerdo de Cartagena, cumpliendo el requisito de origen. Adicionalmente debe cancelar los otros impuestos

Cuadro 25. Impuestos adicionales en los países de la CAN (9018312000)

IMPUESTOS ADICIONALES PARA LA POSICIÓN ARANCELARIA 9018312090				
País	Impuesto	Valor	Notas	Descripción
ECUADOR	IVA	12%		IMPUESTO AL VALOR AGREGADO
	CORPEI	US\$5; 0.025 %	Se aplica sobre el Valor FOB. US \$5 por importaciones menores de US\$ 20.000; y 0.025% por importaciones iguales o mayores de US\$ 20.000. Importaciones originarias y procedentes de la CAN están exentas de esta cuota.	CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES
	FODINFA	0.5 %	Se aplica sobre el valor CIF.	FONDO DE DESARROLLO PARA LA INFANCIA
	TASA MODER	0.05 %		TASA DE MODERNIZACIÓN
PERU	IGV	19%		IMPUESTO GENERAL DE VENTAS
	ISC	0%		IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO
	SEGURO	2%		
	SOBRETASA	0%		SOBRETASA ADICIONAL
VENEZUELA	IVA	15%		IMPUESTO AL VALOR AGREGADO
	TSA	1%	Sobre el valor CIF	TASA DE SERVICIO ADUANERO

2.5.3. Los Demás de Demás bombonas, (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares, de Plástico (3923309090)

Cuadro 26. Arancel general que paga Colombia hacia los países de la CAN (3923309090)

ARANCEL DESTINO				
Posición Arancelaria	País Origen (Exportador)	País Destino (Importador)	Gravamen General	Nota
3923309000 Bombonas, Botellas, Frascos Y Artículos Similares, De Capacidad Inferior A 18,9 Litros (5 Gal)	COLOMBIA	ECUADOR	20%	Los embarques con valor FOB superior a US \$ 4.000 están sujetos a inspección y certificación pre-embarque
3923309000 Los demás		PERÚ	12%	
39233090 --Los demás		VENEZUELA	20%	Los embarques con valor FOB superior a US \$ 5.000 están sujetos a inspección y certificación pre-embarque

Cuadro 27. Preferencias arancelarias para Colombia según la CAN (3923309090)

ARANCEL QUE PAGA COLOMBIA SEGÚN PREFERENCIAS EN LA CAN					
Posición Arancelaria	Acuerdo	País Destino (Importador)	País Origen (Exportador)	Gravamen preferencial	Notas
3923309090 Bombonas, Botellas, Frascos Y Artículos Similares, De Capacidad Inferior A 18,9 Litros (5 Gal)	Comunidad Andina (CAN)	ECUADOR	COLOMBIA	0%	Este producto está libre del pago de gravamen en virtud del Acuerdo de Cartagena, cumpliendo el requisito de origen. Adicionalmente debe cancelar los otros impuestos
3923309000 Los demás		PERÚ			Este producto está liberado en virtud de la Decisión 414 de 1997 de la CAN (Comercio entre Perú y demás países miembros).
39233090 --Los demás		VENEZUELA			Este producto está libre del pago de gravamen en virtud del Acuerdo de Cartagena, cumpliendo el requisito de origen. Adicionalmente debe cancelar los otros impuestos

Cuadro 28. Impuestos adicionales en los países de la CAN (3923309090)

IMPUESTOS ADICIONALES PARA LA POSICIÓN ARANCELARIA 3923309090				
País	Impuesto	Valor	Notas	Descripción
ECUADOR	IVA	12%		IMPUESTO AL VALOR AGREGADO
	CORPEI	US\$5; 0.025 %	Se aplica sobre el Valor FOB. US \$5 por importaciones menores de US\$ 20.000; y 0.025% por importaciones iguales o mayores de US\$ 20.000. Importaciones originarias y procedentes de la CAN están exentas de esta cuota.	CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES
	FODINFA	0.5 %	Se aplica sobre el valor CIF.	FONDO DE DESARROLLO PARA LA INFANCIA
	TASA MODER	0.05 %		TASA DE MODERNIZACIÓN
PERU	IGV	19%		IMPUESTO GENERAL DE VENTAS
	ISC	0%		IMPUESTO SELECTIVO AL CONSUMO
	SEGURO	2.50 %		
	SOBRETASA	0%		SOBRETASA ADICIONAL
VENEZUELA	IVA	15%		IMPUESTO AL VALOR AGREGADO
	TSA	1%	Sobre el valor CIF	TASA DE SERVICIO ADUANERO

Análisis: El Arancel general que estipulan los países de Ecuador, Perú y Venezuela a Colombia para cada una de las Posiciones arancelarias (3926909090, 9018312000 y 3923309090), son relativamente similares y se encuentra en un rango entre el 5% y 20%.

El país con gravamen arancelario más alto para las tres Posiciones Arancelarias es Venezuela con 20%, 15% y 20% respectivamente. Perú, aplica un tratamiento arancelario del 12% para las tres Posiciones, y Ecuador es el país que asigna un menor tratamiento arancelario con 5% para las dos primeras Posiciones y 20% para la última¹¹.

Con respecto al Acuerdo que cobija a Colombia, dentro de la presente investigación, la Comunidad Andina de Naciones (CAN), otorga un arancel 0% para las tres Posiciones Arancelarias, lo cual indica que Colombia por ser país miembro de la CAN, entraría a los países de Ecuador, Perú y Venezuela libre de gravamen general.

Sin embargo, Colombia se encuentra sometida a otro tipo de barreras arancelarias donde debe pagar otros impuestos adicionales según lo asigna cada país para su ingreso. En el caso de Ecuador el Impuesto al Valor Agregado (IVA) correspondiente al 12% y la tasa de modernización (0,05%); en Perú el Impuesto General de Ventas (IGV) con una tarifa del 19% y un Seguro del 2.50% para las Posiciones 3926909090, 3923309090 y del 2% para la partida 9018312000; y en Venezuela el IVA del 15% y la Tasa de Servicio Aduanero (TSA) del 1%.

Ecuador por su parte incluye dos tipos de impuestos a terceros como lo son la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) el cual se aplica sobre el Valor FOB. US \$5 por importaciones menores de US\$ 20.000; y 0.025% por importaciones iguales o mayores de US\$ 20.000. Importaciones originarias y procedentes de la CAN están exentas de esta cuota y el Fondo de Desarrollo para la Infancia FODINFA que el 0.5% sobre el valor CIF.

¹¹ El orden de las Posiciones Arancelarias están determinadas según el Cuadro 3 y hacen referencia a: Mallas/ Pitillos plásticos 3926909090, Jeringas/ Aplicadores plásticos 9018312000 y Envases plásticos 3923309090.

2.6. DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE EN LA CAN

Es necesario conocer la disponibilidad de transporte hacia los países en los que se está interesado, si se cuenta con vías de infraestructura en el caso del transporte terrestre, y por otro lado, identificar el número de puertos o aeropuertos que poseen dichos países, para poder definir cual sería el medio mas adecuado por el cual llegaría la carga y donde se desembarcaría de forma tal que los costos de transporte se reduzcan.

Cuadro 29. Disponibilidad de transporte en los países de la CAN

DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE EN LOS PAÍSES DE LA CAN			
PAÍSES	TRANSPORTE TERRESTRE	TRANSPORTE MARITIMO (PUERTOS)	TRANSPORTE AÉREO (AEROPUERTOS)
BOLIVIA	El sistema ferroviario cuenta con dos redes: la Red Oriental, de 1.222 kms. De longitud, y la Red Occidental, de 2.318 kms. De longitud que atraviesa los departamentos de La Paz (oeste), Oruro (suroeste), Chuquisaca (sureste), Cochabamba (centro) y Potosí (sur), se conecta con vías férreas de países vecinos que llegan a los puertos de Matarani (Perú), Arica y Antofagasta (Chile), Córdoba y Buenos Aires (Argentina), contando con amplias opciones de destinos, sin embargo, estas dos redes poseen una dificultad, que no facilita el proceso de la distribución, puesto que las redes no se encuentran interconectadas entre si.	Debido al aspecto mediterráneo de Bolivia, el transporte marítimo requiere que los productos de exportación deban arribar por puertos de países fronterizos. Los puertos habilitados para apoyar las operaciones de comercio exterior en Bolivia son principalmente el puerto de Antofagasta y Arica en Chile, para el caso de las cargas colombianas; Matarani e Ilo en Perú; Rosario en Argentina; Villeta en Paraguay; y Nueva Palmira y Montevideo en Uruguay.	Los principales aeropuertos de Bolivia son: El Alto de la Paz; el Jorge Wilsterman en Cochabamba y el Viru Viru Internacional en Santa Cruz de la Sierra. Dichos aeropuertos internacionales presentan serias fallas debido a que no cuentan con un sistema de seguridad óptimo y esta situación genera presiones externas para evitar la llegada al país de importantes compañías aéreas y el aterrizaje de naves bolivianas en algunas naciones desarrolladas, exigentes del cumplimiento de las normas internacionales. Posteriormente, existen otros diez aeropuertos con pista de aterrizaje pavimentada.

ECUADOR	<p>Actualmente Ecuador cuenta con una red vial de alrededor de 43.700 Km., de los cuales cerca de 6.500 Km. son carreteras principales y 3.700 Km. son carreteras secundarias asfaltadas en condiciones aceptables de señalización y seguridad. El traslado de mercancías de Colombia hacia Ecuador predomina el uso del transporte terrestre, los productos que ingresan lo hacen por el paso de Ipiales - Tulcán. La oferta de servicios es amplia y permite el traslado de todo tipo de productos.</p>	<p>El sistema portuario de Ecuador está compuesto de siete puertos estatales y de diez muelles privados. Los puertos estatales incluyen tres puertos petroleros (Balao, La Libertad y Salitral) y cuatro de carga general (Guayaquil, destacándose como uno de los mas importantes de Latinoamérica; Bolívar, Esmeraldas y Manta). Los tres primeros por las características del comercio internacional del país, presentan más actividad pero son de uso exclusivo para el petróleo, mientras los cuatro últimos, son los utilizados para el comercio de bienes. A pesar de que la situación de los puertos desde el punto de vista geográfico, cubre las necesidades básicas del país, la mayoría de la oferta se presenta desde el puerto de Buenaventura.</p>	<p>Ecuador cuenta con 25 aeropuertos entre principales y auxiliares. Los dos principales aeropuertos de Ecuador son el Mariscal Sucre (Quito) y el Simón Bolívar (Guayaquil), los cuales ofrecen servicios de vuelos nacionales e internacionales, siendo los principales destinos de la carga colombiana. La oferta de servicios aéreos directos desde Colombia a Ecuador es buena con frecuencias regulares en equipos de pasajeros principalmente, servicio de carga y combinados. Actualmente la Dirección de Aviación Civil de Ecuador se encuentra desarrollando estudios para rehabilitar los aeropuertos de Lago Agrio, Coca, Macará y Santa Rosa, a efectos de establecer contactos comerciales vía aérea con las poblaciones fronterizas del Perú y Colombia.</p>
PERU	<p>Aunque Perú y Colombia son países vecinos, se encuentran desarrollando planes de mejoramiento en infraestructura, para el acceso y la circulación de bienes y servicios en sus territorios, dado a que el transporte terrestre entre Colombia y Perú es nulo, los tiempos de transito giran alrededor de los 20 días y el flete para 30 toneladas de carga puede costar hasta 5400 USD. El transito de</p>	<p>Perú cuenta con 24 puertos en el litoral pacífico, de estos, 19 son marítimos, 4 fluviales y 1 lacustre; y según el sistema de atraque se dividen en puertos de atraque directo y lanchonaje; su infraestructura portuaria carece de la tecnología y los medios para manejar altos volúmenes de carga, lo que hace un poco lento al funcionamiento de los puertos marítimos. Los puertos del Perú son: Cabo</p>	<p>El Perú tiene 54 aeropuertos dirigidos por la Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación comercial, de estos, los aeropuertos internacionales de Arequipa, Cuzco, Chiclayo y el terminal Puerto Maldonado están diseñados para el recibo de carga y tienen servicios de almacenaje de carga por tiempo</p>

	esta vía es: Bogotá – Tulcán, Luego Aguas Verdes y finalmente Lima. Para cada frontera hay cambio de camión.	Blanco, Talara, Paita, Pacasmayo, Eten, Chicama, Salaverry, Chimbote, Besique, Casma, Huarmey, Supe, Huacho, Chancay, Callao, Cerro Azul, General San Martín y Mataraniello.	límite de un mes, almacenaje en frío, manejo de valores y nacionalización.
VENEZUELA	Venezuela cuenta con una red de carreteras de 77.785 Km., de la cual 22.780 Km. son asfaltadas y 24.720 están pavimentadas. El mayor volumen de intercambio comercial se realiza por carretera, especialmente por los pasos de frontera en Cúcuta y Paraguachón. La cercanía territorial y el alto grado de intercambio comercial entre Colombia y Venezuela han inducido el desarrollo de una variada oferta de servicios de transporte para carga.	Cerca de 50 puertos, con diferentes especialidades, constituyen la infraestructura portuaria Venezolana. Para el comercio marítimo Colombo - venezolano se destacan por su importancia en el manejo de carga y por las opciones de servicios regulares, La Guaira, Puerto Cabello y Maracaibo. Otros servicios portuarios a disposición de los exportadores colombianos son el Guamache, Puerto de la Cruz (Guanta) e Isla Margarita.	Venezuela cuenta con alrededor de 60 aeropuertos entre nacionales e Internacionales. Los terminales Barcelona, Barquisimeto, Las Piedras, Maracaibo, Maturín, Port La Mar, Puerto Ordaz y Valencia, se destacan como los principales. Sin embargo el aeropuerto más importante por su concurrencia y mayor cantidad de flujo comercial es el Simón Bolívar, en Maiquetía. El desarrollo del transporte aéreo ha sido dinámico, actualmente cuenta con aviones cargueros y de pasajeros con capacidad para el envío de carga y tarifas competitivas; el aeropuerto de Maiquetía, se ha constituido para algunas aerolíneas, en punto de transferencia para cargas originadas en Colombia con destino a Europa principalmente, circunstancia que en determinados momentos y de acuerdo a los permisos que tenga la aerolínea refuerza la capacidad.

En materia de transporte terrestre de carga internacional, los países andinos principalmente Ecuador y Venezuela, realizan sus operaciones de logística, mediante las regulaciones de la Comunidad Andina, consignados en la decisión 399 de la CAN. Al amparo de lo establecido en esta decisión, los vehículos colombianos habilitados y con los respectivos permisos de operación por las autoridades competentes, están facultados para efectuar en forma directa el traslado de carga de exportación. Sin embargo, conflictos de diverso orden han hecho del trasbordo o cambio de cabezote en frontera, una práctica usual.

Cuadro 30. Tarifas marítimas en la CAN

Origen	Destino	20 Pies	40 Pies
Buenaventura	Guayaquil	US\$ 600-US\$ 800	US\$ 650-US\$ 950
Buenaventura	Callao	US\$ 500-US\$ 900	US\$ 650-US\$ 1200
Buenaventura	La Guaira/ Puerto Cabello	US\$ 1300-US\$ 1600	US\$ 1500-US\$ 2800

Descripción: Carga General No Peligrosa

Cuadro 31. Tarifas aéreas en la CAN. Aeropuerto/aeropuerto

AEROPUERTO DESTINO	MINIMA	-45KG	+45KG	+100KG	+300KG	+500KG
LA PAZ	US\$ 150	US\$ 3.85/K	US\$ 3.25/K	US\$ 3.05/K	US\$ 2.55/K	US\$ 2.25/K
QUITO	US\$ 150	US\$ 1.89/K	US\$ 1.89/K	US\$ 1.53/K	US\$ 0.80/K	US\$ 0.80/KG
LIMA	US\$ 150	US\$ 1.89/K	US\$ 1.89/K	US\$ 1.55/K	US\$ 1.21/K	US\$ 1.21/K
CARACAS	US\$ 150	US\$ 3.08/K	US\$ 1.42/K	US\$ 1.42/K	US\$ 1.25/K	US\$ 1.08/K

Especificaciones de la carga: Carga seca no peligrosa

Las tarifas de fletes de los diferentes tipos de transporte, presentan diferentes valores, los cuales dependen del origen y destino, tipo de mercancía y vehículo, volúmenes y regularidad de los embarques, situación del mercado y la capacidad de negociación del exportador. Actualmente la competencia internacional ha generado una desregulación, razón por la que hoy en día para un mismo producto y un mismo destino se puede encontrar niveles muy diferentes de fletes.

En términos generales se puede establecer que las condiciones de transporte en los países de la CAN, son adecuadas, por cuanto el exportador puede acudir a diversas opciones, las limitantes que se generan por circunstancias temporales pueden subsanarse en la medida en que se haga un constante monitoreo y planeación de las operaciones logísticas.

Cuadro 32. Norma de origen para las Posiciones arancelarias en la CAN

ACUERDO	PARTIDAS ARANCELARIAS	NORMA DE ORIGEN	PAISES MIEMBROS
COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES	3926909090 9018312000 3923309090	Este producto podrá beneficiarse de la preferencia arancelaria: (A) Cuando en su elaboración se utilicen materiales no originarios cuando cumplan con las siguientes condiciones: Que resulten de un proceso de producción o transformación realizado en el territorio de un País Miembro; y Que dicho proceso les confiera una nueva individualidad caracterizada por el sólo hecho de estar clasificadas en la NANDINA en partida diferente a la de los materiales originarios, ó (B) Cuando no cumplan con lo señalado en (A) y que en su proceso de producción o transformación el valor CIF de los materiales no originarios no exceda el 50% del valor FOB de exportación del producto en el caso de Colombia, Perú y Venezuela, y el 60% del valor FOB de exportación del producto para el caso de Bolivia y Ecuador.	BOLIVIA COLOMBIA ECUADOR PERÚ VENEZUELA

2.7. CONCLUSIONES PRELIMINARES

Según las Posiciones Arancelarias investigadas:

- (3926909090) LAS DEMÁS DE DEMÁS MANUFACTURAS DE PLÁSTICO Y MANUFACTURAS DE LAS MATERIAS DE LAS PARTIDAS NO. 39,01 A 39,14;
- (9018312000) JERINGAS DE PLASTICO, INCLUSO CON AGUJA y
- (3923309090) LOS DEMÁS DE DEMÁS BOMBONAS, (DAMAJUANAS), BOTELLAS, FRASCOS Y ARTÍCULOS SIMILARES, DE PLÁSTICO.

Los bienes que se exportan en mayor proporción, son los correspondientes a la Partida Arancelaria 3923309090, y la Posición 3926909090 siendo los principales países de destino, Ecuador Venezuela y Perú en la CAN; y otros países como Estados Unidos, México, Chile y Republica Dominicana, el cual el Valle de Cauca se encuentra como el principal departamento de concentración en las exportaciones de las demás manufacturas del plástico.

En el caso de las importaciones de los países potenciales de la CAN, Bolivia es un país demandante de las tres Posiciones estudiadas, pero importa en pocas proporciones con relación a los demás países de la CAN. En los últimos cuatro años su principal país proveedor ha sido Estados Unidos.

Ecuador es importador de productos contenidos dentro de la Posición Arancelaria 3926909090, donde Colombia es el segundo proveedor más importante. Igualmente, este mercado es demandante de la Posición 9018312000, siendo Estados Unidos su principal proveedor para ambas Posiciones.

Perú, es el país de la CAN que mas demanda la Posición 3926909090. Por otro lado, sus importaciones han sido de forma ascendente durante los últimos años, donde Colombia se encuentra como el tercer país proveniente de las importaciones Peruanas.

Venezuela por su parte, demanda productos incluidos dentro de la Posición Arancelaria 3923309090 y Colombia representa su principal proveedor. La dinámica en cuanto a las importaciones de este país, aunque decayeron en el 2003, se han venido recuperando a partir del año 2004.

En general, los países más representativos provenientes de las importaciones de la CAN, se encuentran: Estados Unidos, China, Colombia y Brasil.

Debido a su cercanía geográfica, los países de la CAN presentan aspectos muy similares en cuanto a la afinidad cultural, política y social, lo cual permite un acercamiento mucho más fácil al momento de realizar procesos y trámites de exportación y buscar contactos con clientes extranjeros.

De igual manera sucede con la parte del acceso a mercados, por ser Colombia un país miembro de la Comunidad Andina de Naciones, el arancel para dichos productos se encuentra liberado de pago, es decir, con cero arancel, en virtud del acuerdo de Cartagena; sin embargo, al momento de realizar una exportación ya sea a Ecuador, Perú o Venezuela debe de cumplir con el pago de otros impuestos como IVA, gravamen general, impuesto general de ventas y consumo, entre otros. Estos impuestos se encuentran dentro de un margen muy similar en cada uno de estos países.

En términos generales, la oferta de servicios de transporte entre Colombia y los demás países de la CAN ha sido adecuada con frecuencias regulares y equipos de pasajeros, carga y combinados.

3. SELECCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

La segunda fase de la Inteligencia de Mercados, es la Selección del Mercado Objetivo; donde se tiene claro el país destino al que se exportarán los productos.

Para tal fin, se desarrollo la Matriz de Selección de Mercado, que consiste en la evaluación de los factores mas relevantes que intervienen para cada uno de los países de la CAN¹², definiendo un país objetivo y un segundo país que sirva de referencia en futuras exportaciones.

3.1. MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADO

Como resultado de la matriz aplicada, se definió que el mercado objetivo más factible es ECUADOR puesto que es el que mayor acoplamiento posee y un segundo mercado atractivo para la exportación de dichos productos en el cual se eligió a PERÚ.

¹² Ver Página 28, explicación de Matriz de Selección de Mercado.

Cuadro 33. Matriz de Selección de Mercado

I. MATRIZ SELECCIÓN DE MERCADO OBJETIVO												
VARIABLE	BOLIVIA			ECUADOR			PERÚ			VENEZUELA		
A. FACTORES MACROECONÓMICOS (20%)												
	2004	2005	PT	2004	2005	PT	2004	2005	PT	2004	2005	PT
Inflación (var. acum. Enero a Dic)	4,60	4,90	3,50	2,00	3,10	4,10	3,60	1,50	4,36	19,20	14,40	1,10
Tasa de interés Activa (%) Moneda Nal	13,01	11,59	2,20	8,03	8,99	3,78	14,70	13,90	1,87	16,00	14,40	1,33
Tipo de cambio	(Bolivianos por Dólar) 8,04	(Bolivianos por Dólar) 8,02	3,33	(US\$ Dólar) 1,0	(US\$ Dólar) 1,0	4,00	(Nuevos soles por Dólar) 3,28	(Nuevos soles por Dólar)3,36	3,30	(Bolívares por Dólar) 2147,30	(Bolívares por Dólar) 2147,30	2,12
PIB US\$	8,717,000,000	8,932,000,000	1,52	30,015,000,000	30,285,000,000	1,60	67,548,000,000	73,838,000,000	1,66	95,945,000,000	102,000,000,000	2,00
PIB per. Cápita (en dólares)/hab.	946,00	947,00	1,60	2 577	2 701	2,80	2 454	2 642	2,75	3 677	3 838	3,00
Inversión extranjera anual	114,000,000	103,000,000	3,20	1,160,000,000	1,530,000,000	3,75	1,816,000,000	2,519,000,000	3,87	1,518,000,000	2,957,000,000	3,90
Deuda pública total interna mas externa) % del PIB	81,70	79,90	1,63	48,00	45,30	2,40	45,20	36,50	2,77	39,00	28,90	2,98
Exportaciones FOB US\$	2,254,000,000	2,791,000,000	2,52	7,224,000,000	9,869,000,000	2,72	12,365,000,000	16,830,000,000	2,79	33,775,000,000	49,211,000,000	3,50
Importaciones CIF US\$	1,888,000,000	2,343,000,000	3,92	7,861,000,000	10,309,000,000	4,22	10,792,000,000	13,352,000,000	4,36	16,272,000,000	21,846,000,000	4,55
Balanza comercial	367,000,000	448,000,000	3,90	- 637,000,000	-440,000,000	4,78	1,573,000,000	3,478,000,000	4,20	17,503,000,000	27,365,000,000	3,80
Balanza comercial bilateral	-111,216,000	-131,000,000	2,74	587,584,446	850,000,000	4,75	271,557,834	396,000,000	4,39	521,657,243	1,019,000,000	4,88
IPC (Tasa de var. con respecto al año anterior)	4,6	5,0	3,42	1,90	3,10	4,25	3,70	1,50	4,44	19,20	14,40	1,10
TOTAL			33,48			43,15			40,76			34,26
TOTAL (20%)			6,70			8,63			8,15			6,85
B. FACTORES SOCIALES (4%)												
Población total	9 227 000	9 427 000	0,39	13 023 000	13 211 000	0,40	27 542 000	27 947 000	0,42	26 125 000	26 577 000	0,42
Población Económicamente Activa (Miles de hab.)	3 556 000	3 669 000	0,28	5 308 000	5 440 000	0,28	11 936 000	12 242 000	0,28	10 813 000	11 128 000	0,28
Alfabetismo %	85,40	88,30	1,58	91,60	93,00	1,77	90,00	91,60	1,62	92,50	94,00	1,80
Tasa anual de desempleo %	8,70	8,60	1,56	11,00	10,90	1,68	9,50	10,50	1,83	15,30	12,40	1,44
Crecimiento Demográfico % (Año)	2,20	2,20	0,16	1,40	1,40	0,16	1,50	1,50	0,16	1,80	1,90	0,16
Expectativa de vida (Años)	63,80	63,80	0,51	74,20	74,20	0,68	69,80	69,80	0,56	72,80	72,80	0,66
Concentración Rural %	35,40	31,80	0,44	37,30	34,20	0,44	27,70	26,50	0,38	12,60	11,20	0,30
Concentración Urbana %	64,60	68,20	0,58	62,70	65,80	0,58	72,30	73,50	0,62	87,40	88,80	0,68

Idioma	Español	Español	3,77	Español	Español	3,77	Español	Español	3,77	Español	Español	3,77
TOTAL			9,27			9,76			9,64			9,51
TOTAL (4%)			0,37			0,39			0,39			0,38
C. SITUACIÓN POLÍTICA (8%)												
Estabilidad de gobierno	Democrático	Regular	3,67	Democrático	Regular	3,67	Democrático	Regular	3,67	Democrático	Regular	3,67
TOTAL			3,67			3,67			3,67			3,67
TOTAL (8%)			0,29			0,29			0,29			0,29
D. TRANSPORTE (15%)												
AÉREO 200KG	CALI- LA PAZ	CALI-SANTA CRUZ		CALI- GUAYAQUIL	CALI-QUITO		CALI- LIMA	CALI-IQUITOS		CALI- CARACAS		
Flete US\$/ Kg.	US\$ 2,05 a US\$ 2,65	US\$ 2,4	3,80	US\$ 1,24 a US\$ 1,36	US\$ 1,21 a US\$ 1,30	4,10	US\$ 2,06	US\$ 1,25 a US\$ 2,42	3,90	US\$ 1,26		4,50
Frecuencia	DIARIA	DIARIA	5,00	DIARIA	DIARIA	5,00	DIARIA	SEMANAL	4,8	DIARIA		5,00
Tiempo de tránsito	NA	NA		72 Horas	72 Horas	3,90	Entre 48 a 72Horas	Entre 48 a 72Horas	3,90	72 Horas		3,90
MARÍTIMO 20 y 40 pies				B/TURA- GUAYAQUIL			B/TURA- CALLAO			B7TURA- PTO CABELLO		
Flete US\$/ Kg.	NA	NA		Entre US\$ 600- US\$ 800	Entre US\$ 650 y US\$ 950	4,50	Entre US\$ 500- US\$ 900	Entre US\$ 650- US\$ 1200	4,50	Entre US\$ 1300-US\$ 1600	Entre US\$ 1500- US\$ 2500	4,00
Frecuencia	NA	NA		SEMANAL		4,00	SEMANAL		4,00	SEMANAL		4,00
Tiempo de tránsito	NA	NA		5 días aprox.		3,70	8 días		3,20	20 días aprox.		1,80
TERRESTRE 20 y 40 pies				CALI-GUAYAQUIL						CALI- CARACAS		
Flete US\$/ Kg	NA	NA		US\$ 1.709 (20 pies)	US\$ 2.578 (40 pies)	3,90	ND	ND		US\$ 2.544 (20 pies)	US\$ 3.567 (40 pies)	3,60
Frecuencia	NA	NA		DIARIA	DIARIA	5,00	ND	ND		DIARIA	DIARIA	5,00
Tiempo de tránsito	NA	NA		4días	4 días	3,80	ND	ND		5 días	5 días	3,70
TOTAL			8,80			37,90			24,30			35,50
TOTAL (15%)			1,32			5,69			3,65			5,33
E. BARRERAS COMERCIALES (18%)												
Gravamen arancelario general												
3926909090	ND	ND		5%	5%	1,88	12%	12%	1,45	20%	20%	1,20
9018312000	ND	ND		5%	5%	1,88	12%	12%	1,45	15%	15%	1,30
3923309090	ND	ND		20%	20%	1,20	12%	12%	1,45	20%	20%	1,20
Otros Impuestos	ND	ND		No	No	0,00	No	No	0,00	No	No	0,00
3926909090	ND	ND		0,5% ; 0,05%	0,5% ; 0,05%	1,70	2,50%	2,50%	1,35	1%	1%	1,65
9018312000	ND	ND		0,5% ; 0,05%	0,5% ; 0,05%	1,70	2%	2%	1,40	1%	1%	1,65
3923309090	ND	ND		0,5% ; 0,05%	0,5% ; 0,05%	1,70	2,50%	2,50%	1,35	1%	1%	1,65
IVA	14.95%	14.95%	2,00	12%	12%	2,20	19%	19%	1,40	15%	15%	1,80
Acuerdo internacional	CAN	CAN	5,00	CAN	CAN	5,00	CAN	CAN	5,00	CAN	CAN	5,00
Gravamen preferencial	0,00	0,00	5,00	0,00	0,00	5,00	0,00	0,00	5,00	0,00	0,00	5,00
Tiempo Registro marcas	10 Años	10 Años	1,00	10 Años	10 Años	1,00	10 años	10 Años	1,00	10 Años	10 Años	1,00
Bancos representados	SI	SI	1,20	SI	SI	1,20	SI	SI	1,20	SI	SI	1,20
Confiableidad en pagos	Regular	Regular	1,10	Regular	Regular	1,10	Buena	Buena	2,20	Regular	Regular	1,10
Oficinas comerciales	1 Oficina	1 Oficina	1,40	3 Oficinas	3 Oficinas	1,40	3 Oficinas	3 Oficinas	1,40	2 Oficinas	2 Oficinas	1,40

TOTAL			16,70			26,96			25,65			25,15
TOTAL (18%)			3,01			4,85			4,62			4,53
H. MERCADO (10%)												
Medios de comunicación	Teléfono, E-Mail,	Teléfono, E-Mail,	2,65	Periódico, TV, TV por cable, Internet	Periódico, TV, TV por cable, Internet	2,65	Teléfono, Internet, Fax	Teléfono, Internet, Fax	2,65	Teléfono, Internet, fax	Teléfono, Internet, fax	2,65
Ferias especializadas	ND	ND		SI	SI	3,77	SI	SI	3,77	ND	ND	
Tradición de compra	Regular	Regular	2,20	Buena	Buena	3,50	Buena	Buena	3,50	Buena	Buena	3,50
Estacionalidad	No Existe	No Existe	0,10	No Existe	No Existe	0,10	No Existe	No Existe	0,10	No Existe	No Existe	0,10
TOTAL			4,95			10,02			10,02			6,25
TOTAL (10%)			0,50			1,00			1,00			0,63
G. COMPETENCIA (10%)												
Internacional	EE.UU., España, Brasil, México, Alemania, Italia, Chile		1,98	EE.UU., Brasil, China, Colombia, España, Corea del sur, Alemania, Bélgica		1,98	China, EE.UU., Colombia, Italia		1,98	México, EE.UU., Perú, Colombia, Uruguay, China		1,98
Nacional	Valle, Antioquia, Cundinamarca, Atlántico		1,89	Atlántico, Cundinamarca, Antioquia		1,89	Cundinamarca, Antioquia, Bolívar, Valle		1,89	Cundinamarca, Atlántico, Antioquia		1,89
TOTAL			3,87			3,87			3,87			3,87
TOTAL (10%)			0,39			0,39			0,39			0,39
I. EXPERIENCIAS COMERCIALES (5%)												
Con empresas	No		0,00	No		0,00	No		0,00	No		0,00
Con entidades estatales	Si		3,80	Si		3,80	Si		3,80	Si		3,80
TOTAL			3,80			3,80			3,80			3,80
TOTAL (5%)			0,19			0,19			0,19			0,19
F. EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE LAS POSICIONES ARANCELARIAS (10%)												
Posición	Total FOB US\$ (3926909090)		Total US\$ (9018312000)			Total US\$ (3923309090)						
2003	11,659,552	3,88	2,396,874		2,55	15,064,247		4,38				
2004	16,269,534	4,42	2,949,594		2,90	18,134,735		4,88				
2005	16,984,632	4,66	1,860,986		2,00	0,00		0,00				
TOTAL		12,96			7,45			9,26				
TOTAL (10%)		1,296			0,75			0,93				
GRAN TOTAL %		12,77		21,43		18,68		18,59				

3.1.1. Evaluación de los países. La matriz anterior muestra el grado de similitud entre los países andinos (Bolivia, Ecuador, Perú y Venezuela) en factores como el político con una calificación total (8%) de 0,29; la competencia con 0,39 por ser muy similar entre los cuatro países, siendo Estados Unidos, China, México, España, Italia y Brasil su principal competencia, y las experiencias comerciales con 0,19 dado que la asociación PRODE PLÁSTICO presenta experiencia comercial con la entidad CDT ASTIN del SENA, en el caso de exportar a alguno de los países preseleccionados. Los factores sociales, aunque no son

imperiosamente relevantes para la incidencia de la selección del mercado (solo 4% de participación asignado), también son relativamente similares entre los países de la CAN con un total de 0,37 para Bolivia, 0,39 para Ecuador, 0,39 para Perú y 0,38 para Venezuela. En cuanto a los factores macroeconómicos, encontramos que Ecuador y Perú son relativamente los más estables; por un lado Perú disminuyó su inflación 2.1 puntos, y aunque Ecuador aumentó 1.1 puntos su inflación, fueron los dos países con índices más bajos con respecto a Bolivia y Venezuela, y por ende el Índice de Precios al Consumidor. Las tasas de interés más bajas las presentó Ecuador y Bolivia. Venezuela por su parte presenta el mayor incremento del PIB, el PIB Per cápita, la inversión extranjera que aunque ha sido positiva al igual que Perú y Ecuador durante el año 2005, Venezuela ha presentado la mayor cifra.

En cuanto al comercio exterior se encuentra que aunque en todos los países andinos han mostrado un balance muy positivo, tanto en las exportaciones como las importaciones que se encuentran en crecimiento, los países que presentaron mayores cifras fueron Perú y Venezuela.

Ecuador por su parte, muestra que es un país mayoritariamente importador que exportador, lo cual representa una ventaja para Colombia siendo este uno de los principales países proveedores de Ecuador. Por otro lado, Ecuador presenta las barreras comerciales más bajas, seguido de Perú y Venezuela.

3.2. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DE LA ASOCIACIÓN PRODE PLÁSTICO DEL SUBSECTOR PRODUCTIVO DEL PLÁSTICO AL INGRESAR AL MERCADO DE ECUADOR

La definición de los factores externos claves, (Oportunidades y Amenazas) permite tener un punto de partida claro, mediante la identificación de las condiciones de la industria del plástico en el mercado objetivo de Ecuador, determinando si se compete en una industria atractiva con grandes ventajas para aprovechar en el ingreso de los productos, o por el contrario, posee grandes barreras y/o desventajas, enfrentándose a fuertes dificultades de acceso.

El Cuadro 34 muestra las principales Oportunidades y Amenazas del subsector plástico en el mercado ecuatoriano y una calificación sobre el nivel de incidencia: Amenaza Mayor, Amenaza menor, Oportunidad Mayor, Oportunidad menor.

Cuadro 34. Oportunidades y Amenazas en Ecuador del subsector del plástico

FACTORES EXTERNOS CLAVES	A/O	Amenaza Mayor	Amenaza menor	Oportunidad Mayor	Oportunidad menor
Económicos					
Aumento de importaciones de materiales plásticos en el Ecuador alrededor del 20%.	O				X
En los últimos años, los volúmenes de producción de artículos plásticos en el Ecuador han descendido entre un 8 y un 10%	O			X	
Ecuador representa el cuarto país de destino de las exportaciones colombianas de plástico	O				X
Crecimiento de la industria del plástico frente a otras industrias manufactureras en Colombia y Ecuador	O			X	
Ecuador es el principal país de destino en las exportaciones colombianas de Los Demás de Demás bombonas, (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares, de Plástico (3923309090)	O			X	
Ecuador es el país con el índice de inflación menor en los países andinos, después de Perú, durante el 2005	O				X
Tecnológicos					
Nuevas tecnologías de inyección y extrusión en las Pymes Ecuatorianas	A		X		
Alianzas estratégicas entre las Pymes nacionales con entidades que puedan realizar y licenciar desarrollo tecnológico (Universidades, CDT, etc.), siendo mas competitivas en el mercado ecuatoriano	O				X

Competencia					
Proveedores ecuatorianos, competidores a nivel mundial, con grandes recursos en Investigación y Desarrollo, para la mejora de productos y nuevas tendencias tecnológicas del plástico.	A		X		
Entrada de nuevos competidores al mercado ecuatoriano por nuevos acuerdos	A		X		
Marco legal, político y jurídico					
Políticas estatales relativas a tributación y aranceles	A	X			
Politización y corrupción en el sistema legal ecuatoriano, caracterizado por la dependencia y sujeto a las interferencias del gobierno y los partidos políticos, lo cual lo despoja de eficiencia y a su vez genera efectos secundarios frente a la necesidad de recurrir a trámites y procedimientos legales	A	X			
Políticas de fomento industrial en Ecuador	A		X		
Regulaciones					
Inestabilidad de los precios del subsector plástico a nivel internacional debido a las políticas proteccionistas de los países desarrollados	A		X		
Registros, marcas y patentes de los competidores	A		X		
Exigencias de nuevas normas y certificaciones de productos plásticos a nivel internacional	A		X		
Ley de Régimen de maquila en Ecuador	O			X	

Barreras burocráticas ecuatorianas, relacionadas con el número de permisos y procedimientos a la hora de negociar, así como la heterogeneidad en materia de normas aduaneras, técnicas y sanitarias.	A		X		
Ley de propiedad intelectual que incluye marcas, patentes, derechos de autor, transferencia de tecnología y represión de la competencia desleal.	O				X
Cultura- Tendencias de consumo					
Aumento en la demanda de productos plásticos en el mercado ecuatoriano por sustitución de materiales como papel, madera, vidrio, cerámica, etc.	O			X	
Implementación de sistemas para la optimización de los procesos, ahorrando costos y materiales plásticos nacionales, con base en las nuevas tendencias internacionales.	O			X	
Aumento de conciencia en el uso de materiales reciclados	A		X		
Participación de materiales plásticos en diferentes industrias ecuatorianas como la construcción, agrícola, automotriz, etc.	O				X
Otros factores importantes					
Aumento de la inversión Colombiana y extranjera en Ecuador	O				X
La vecindad con Ecuador ha permitido el desarrollo de una adecuada oferta de transporte en las modalidades marítima, aérea y terrestre.	O				X

Contrabando en el mercado ecuatoriano	A	X			
Buena disponibilidad y uso de materiales y materia prima	O				X
Control y entorno del medio ambiente	A		X		
Poder de negociación frente a posibles clientes en el Ecuador	O				X
Aumento en los costos de las resinas plásticas	A	X			

3.2.1. Matriz de Evaluación de Factores Externos. Para la elaboración de la Matriz de Evaluación de Factores Externos se buscan los factores más relevantes del subsector, mediante la identificación de Oportunidades y Amenazas, los cuales fueron plasmados en el Cuadro 34.

Se asigna un peso a cada uno de los factores dentro del rango 0.0 (nada importante) a 1.0 (muy importante), el valor o peso dado a un factor, indica la relativa importancia del factor en el éxito de una industria. La sumatoria de todos los valores asignados debe totalizar 1.0. A continuación, se asigna un valor de uno a cuatro, a cada factor para indicar el grado de Amenaza u Oportunidad que representa para la asociación de la siguiente manera:

- 1 Amenaza Mayor
- 2 Amenaza menor
- 3 Oportunidad Mayor
- 4 Oportunidad menor

Posteriormente, se multiplica cada peso del factor por su valor, para determinar el resultado sopesado para cada variable. Finalmente, se suman los resultados sopesados para cada variable, determinando el resultado sopesado total para la asociación.

El resultado promedio sopesado es de 2.50. Un resultado por encima de este valor, indica que se compete en una industria atractiva y con grandes oportunidades externas. Un resultado por debajo de 2,50 caracteriza a la industria sin tractivos, enfrentándose a fuertes amenazas externas.

Cuadro 35. Matriz de Evaluación de Factores Externos para la industria del Plástico

FACTORES EXTERNOS CLAVES	A/O	PESO RELATIVO	VALOR	RESULTADO SOPEADO	MAYOR IMPACTO
En los últimos años, los volúmenes de producción de artículos plásticos en el Ecuador han descendido entre un 8 y un 10%	O	0.06	3	0.18	
Nuevas tecnologías de inyección y extrusión en las Pymes Ecuatorianas	A	0.03	2	0.06	
Alianzas estratégicas entre las Pymes con entidades que puedan realizar y licenciar desarrollo tecnológico (Universidades, CDT, etc.), siendo mas competitivas en el mercado ecuatoriano	O	0.07	4	0.28	X
Aumento de importaciones de materiales plásticos en el Ecuador alrededor del 20%.	O	0.05	4	0.20	X
Inestabilidad de los precios del subsector plástico a nivel internacional debido a las políticas proteccionistas de los países desarrollados	A	0.08	2	0.16	
Aumento en la demanda de productos plásticos en el mercado ecuatoriano por sustitución de materiales como papel, madera, vidrio, cerámica, etc.	O	0.07	3	0.21	X
Barreras burocráticas ecuatorianas, relacionadas con el número de permisos y procedimientos a la hora de negociar, así como la heterogeneidad en materia de normas aduaneras, técnicas y sanitarias.	A	0.08	2	0.16	
La vecindad con Ecuador ha permitido el desarrollo de una adecuada oferta de transporte en las modalidades marítima, aérea y terrestre.	O	0.07	4	0.28	X
Proveedores ecuatorianos, competidores a nivel mundial, con grandes recursos en Investigación y Desarrollo, para la mejora de productos y nuevas tendencias tecnológicas del plástico.	A	0.06	2	0.12	

Aumento en los costos de las resinas plásticas	A	0.09	1	0.09	X
Ecuador es el principal país de destino en las exportaciones colombianas de LOS DEMAS DE DEMAS BOMBONAS, (DAMAJUANAS), BOTELLAS, FRASCOS Y ARTICULOS SIMILARES, DE PLASTICO (3923309090)	O	0.08	3	0.24	X
Contrabando en el mercado ecuatoriano	A	0.04	1	0.04	
Ecuador es el país con el índice de inflación menor en los países andinos, después de Perú, durante el 2005	O	0.05	4	0.20	
Participación de materiales plásticos en diferentes industrias ecuatorianas como la construcción, agrícola, automotriz, etc.	O	0.07	4	0.28	X
Registros, marcas y patentes de los competidores	A	0.03	2	0.06	
Politización y corrupción en el sistema legal ecuatoriano, caracterizado por la dependencia y sujeto a las interferencias del gobierno y los partidos políticos, lo cual lo despoja de eficiencia y a su vez genera efectos secundarios frente a la necesidad de recurrir a trámites y procedimientos legales	A	0.07	1	0.07	X
TOTAL		1.0		2.63	

Análisis: Innegablemente el subsector del plástico ha tenido una dinámica muy positiva durante los últimos años en Ecuador, demostrando su gran participación en otras industrias manufactureras, lo cual se ve reflejado en el total sopesado de la matriz con un resultado por encima del valor promedio del 2.63. Lo anterior permite calificar a dicha industria, como un sector con atractivas oportunidades en el mercado ecuatoriano, dado a que éste es un país mayoritariamente demandante de productos plásticos con relación a lo que se exporta. Estas oportunidades deben ser bien aprovechadas por parte de las Pymes de PRODE PLASTICO, no obstante, a pesar de las dificultades comúnmente conocidas por las Pymes, el PRODE tiene una gran ventaja y es sin lugar a dudas el ser una asociación, lo cual les permite de una manera mas fácil aunar esfuerzos con otras entidades para licenciar desarrollos tecnológicos e investigación de mercado. Sin embargo, existen algunas desventajas en Ecuador, principalmente por limitaciones tecnológicas, barreras político-jurídicas, regulaciones en Ecuador y a nivel competitivo, que de alguna u otra forma opacan la expansión a dicho mercado.

3.2.2. Estrategia de ingreso a Ecuador. Dada la incertidumbre que tienen las Pymes de PRODE PLÁSTICO en la forma de incursionar en un mercado internacional, se determinó que la manera mas adecuada de vender sus productos en Ecuador es por medio de un Distribuidor o Representante local, que es una persona especializada para realizar ventas en Ecuador, los cuales toman órdenes para las mercancías extranjeras por medio de una fuerza de ventas bien enseñada y experimentada.

Este representante operará en las ciudades de Quito y Guayaquil, por ser los principales centros de distribución de productos importados. Cada uno o dos meses se realizará una evaluación para conocer su proceso según las ventas.

Agentes y distribuidores. Antes de realizar un contrato con un agente o distribuidor es recomendable asesorarse jurídicamente para asegurarse de que sus acuerdos de distribución les den la protección apropiada.

Es recomendable designar a representantes no exclusivos por un período de tiempo limitado, e incluir una cláusula de arbitraje como medio de resolver cualquier conflicto que pueda presentarse.

Cuadro 36. Distribución territorial poblacional de Quito y Guayaquil

PROVINCIA	POBLACION (Habitantes)	CAPITAL
REGION SIERRA		
AZUAY	599.546	CUENCA
BOLIVAR	169.370	GUARANDA
CAÑAR	206.981	AZOGUES
CARCHI	152.939	TULCAN
COTOPAXI	349.540	LATACUNGA
CHIMBORAZO	403.632	RIOBAMBA
IMBABURA	344.044	IBARRA
LOJA	404.835	LOJA
PICHINCHA	2.388.817	QUITO
TUNGURAHUA	441.034	AMBATO
REGION COSTA		
EL ORO	525.763	MACHALA
ESMERALDAS	385.223	ESMERALDAS
GUAYAS	3.309.034	GUAYAQUIL
LOS RIOS	650.178	BABAHOYO
MANABI	1.186.025	PORTOVIEJO

Las principales características de la distribución de la población del Ecuador son la desigualdad en la distribución geográfica y la concentración de la población en los dos polos del país, Quito y Guayaquil.

La distribución heterogénea de la población sobre el territorio ecuatoriano se debe a factores de orden histórico, físico, y socioeconómico. La concentración de la población se debe por la búsqueda de oportunidades de empleo, de educación y de mejoramiento de las condiciones de vida.

El tejido urbano funciona alrededor de dos polos: Quito, capital político-administrativa y Guayaquil, en donde se encuentra la gran mayoría de empresas privadas de producción y de comercialización económica. Sin embargo, existen ciudades de todos los tamaños que cumplen distintos papeles: polos regionales, centros provinciales, centros locales, y ciudades agrícolas. Además, existen ciudades que están reagrupadas en regiones urbanas como el caso de Quito-Cayambe-Sangolquí-Machachi, Guayaquil-Babahoyo-Milagro, Cuenca-Azogues, Portoviejo-Montecristi-Manta, Latacunga-Ambato e Ibarra-Atuntaqui-Otavalo.

Por lo tanto, es importante recordar que si bien hay un mayor grado de descentralización de las actividades económicas en el territorio a raíz del proceso de urbanización y desarrollo de otros polos de desarrollo económico, el peso de Quito y Guayaquil aún sigue siendo significativo en términos de inversión, producción y generación de empleo. Estas dos ciudades concentraban en 1990 más del 60% de la inversión y de la producción, casi el 75% de las remuneraciones, el 40% de los establecimientos y el 55% del empleo nacional.

3.2.2.1. Distribuidores de productos plásticos en Ecuador. Entre los principales Centros de distribución de productos plásticos en las ciudades de Quito y Guayaquil se encuentran las siguientes empresas:

Clientes Directos:

- **DISTRIBUIDORA DE PLASTICOS BAQUERIZO CARRIEL**
Ciudad: Ecuador - Guayas, Guayaquil
Ubicación: Lorenzo de Garaycoa No. 523 y Luis Urdaneta
Teléfono: (593) (4)2302260

- DISTRIBUIDORA DE PLASTICOS CIA. LTDA., DISPLAST

Ciudad: Ecuador - Pichincha, Quito

Ubicación: Av.10 de Agosto N11-84 y Caldas, San Blas

Teléfono: (593) (2)2282199

Fax: (593) (2)2288457, (593) (2)2953443

- COMERCIAL C & C DISTRIBUIDORA DE PLASTICOS

Ciudad: Ecuador - Guayas, Guayaquil

Ubicación: Chimborazo No. 1216 e/ Huancavilca y Manabí

Teléfono: (593) (4)2410770

4. DEFINICIÓN DE CRITERIOS DE EXPORTACIÓN EN ECUADOR

Los criterios de exportación establecen un mayor acercamiento al mercado que se ha definido como objetivo y la forma de incursionar sobre el mismo, permitiendo conocer de una manera mas clara como opera en los diferentes entornos analizados en los capítulos dos y tres de está investigación, según las condiciones actuales de Ecuador.

4.1. MARCO ACTUAL DE ECUADOR

4.1.1. Reseña general del país objetivo. Ecuador es el segundo país Sudamericano más pequeño, con una extensión de 256.370 Km². Se encuentra situado en el noroeste de Sudamérica en la línea ecuatorial, que divide al planeta en dos Hemisferios y comparte frontera con Colombia al norte y con Perú al sur y al este. Al oeste limita con el Océano Pacífico. En Ecuador, hay tres zonas geográficas bien distintas. La primera es la Sierra o tierras altas de los Andes, que va desde la frontera colombiana, en el norte, hasta Perú en el sur. En esta región hay dos cordilleras: la Oriental y la Occidental. La segunda región es la Costa, una llanura costera entre los Andes y el Pacífico y la tercera es el Oriente, formada por la cuenca alta del río Amazonas, donde existen grandes extensiones de selva rodeada de ríos. Esta zona, si bien es aproximadamente el 36% del territorio ecuatoriano, sólo está habitada por el 3% de la población.

Quito, es la capital de Ecuador, situada a 2.820 metros sobre el nivel del mar. Ecuador presenta un clima templado en la sierra y tropical en la costa y la Amazonía.

Grupos Étnicos: La etnia mayoritaria en el Ecuador son los mestizos y los indígenas, y como etnias minoritarias se encuentran los blancos y los negros. Ecuador tiene 14 nacionalidades indígenas: Quichua, en la Sierra; Awa, Tsachila, Chachi y Épera en la Costa; A'i Cofán, Siona, Secoya, Shuar, Achuar, Waorani, Zápara y Shiwiar en la Amazonia. Todas están agrupadas en la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, CONAIE. La nacionalidad quichua, a su vez, contiene diversos pueblos con características propias, como son: Panzaleo, Puruhá, Kañari, Karanki, Natabuela, Otavalo, Kayambi, Chibuleo, Waranka, Salasaka y Saraguro.

Tamaño del mercado ecuatoriano: Ecuador se encuentra dividido en cuatro regiones las cuales son: Región sierra, Región costa, Región amazónica y Región insular. De estas cuatro regiones, la sierra y la costa son las más pobladas, representando el 95% de la población de la siguiente manera:

Región Sierra: 5.470.000 habitantes incluyendo a Quito

Región Costa: 6.056.000 habitantes

Región Amazónica: 550.000 habitantes

Región Insular: 18.600 habitantes

Del total de la población, el 50,5% son mujeres, mientras el restante 49,5% son hombres, distribuyéndose entre los siguientes rangos de edades, el 33% tiene entre 0 y 14 años, el 20% entre 15 y 24 años, el 27% entre 25 y 44 años, el 13% entre 45 y 64 años, y el 7% entre 65 en adelante.

4.1.2. Situación económica actual. En Enero de 2000 el país decidió adoptar el dólar de Estados Unidos como su moneda y la divisa norteamericana empezó a regir totalmente desde septiembre de 2001. La dolarización ha permitido una mayor estabilidad de la economía, aunque todavía no termina de consolidarse. En el año 2002, la tasa de crecimiento del PIB fue del 3.4%, una de las más altas de América Latina. El programa macroeconómico actual que incluye un acuerdo con el Fondo Monetario Internacional, manifestó la reducción de la inflación, que en el 2002 fue de 9.4% a fin de año, a un 6.9% en el 2003.

En las dos últimas décadas los gobiernos han tratado de establecer reformas tributarias para mejorar el manejo de las finanzas públicas y procesos de privatización para modernizar los servicios, aunque con resultados incipientes. Está en marcha un proceso de modernización de la banca, la telefonía y la energía eléctrica, mediante la apertura al capital y la administración privada. El principal producto de exportación del país es el petróleo, cuya producción ha declinado sostenidamente en los últimos diez años, hasta una tasa actual de 210.000 barriles diarios. El gobierno actual ha anunciado su intención de abrir los mayores campos petroleros estatales al capital privado.

En cuanto al sistema financiero, la peor crisis de su historia reciente se registró en el año 1999, cuando cerraron más de una decena de bancos. Cuatro años después de un intenso proceso de saneamiento, el sistema financiero convalece y

trabaja para alinearse con las normas de Basilea, que rigen para la banca mundial.

4.1.2.1. Principales sectores en la economía ecuatoriana. Dentro de los sectores económicos principales de Ecuador se encuentra el sector agrícola y pesquero, el sector petrolero y minero, las manufacturas y construcción.

El sector del petróleo esta controlado por el estado, contribuye con el 30,5% del rendimiento del sector público y genera el 19,1% de las ganancias de exportación, asegurando un equilibrio favorable para este país.

Las condiciones geográficas y climáticas que caracterizan a Ecuador le permiten contar con una variedad de cultivos, denominados tradicionales como lo son el banano, café, cacao, etc. Y cultivos no tradicionales como flores como la maracuya, melón, sandía, piña, entre otros. Ecuador es el mayor productor de banano y el mayor productor de camarón, siendo estos los principales productos de exportación, al igual que la caña, el café y el cacao. También es un importante exportador de flores.

En términos generales, el nivel tecnológico del sector agrícola es deficiente ya que la tecnología aplicada se caracteriza por una cierta dualidad, los productores capitalizados, básicamente los del banano y flores, son un segmento que utilizan equipos extranjeros de alta calidad, mientras los agricultores familiares cuentan con nula o mínima tecnología.

Según el Banco Central del Ecuador, el PIB de la agricultura, caza y pesca durante el año 2003 fue del 8.8% del total (2.369 millones US\$). Si a esto sumamos la aportación al PIB del sector petrolero y minero el 11,9% (3.198 millones US\$) obtenemos que la participación total del sector primario en el PIB del año 2003, fue de 20,7%, además las exportaciones de este sector, supusieron aproximadamente el 74% de las exportaciones de la economía ecuatoriana durante el 2003. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la mayor parte de este porcentaje corresponde a las exportaciones de petróleo crudo, que suma el 53% de las exportaciones del sector primario y el 39% de las exportaciones totales. Aunque el sector pesquero, decreció en el año 2003, en este sector se encuentran dos de los productos más importantes que son el atún y el camarón.

Cuadro 37. Balanza comercial de Ecuador

Comercio Exterior	2002 (US\$)	2003 (US\$)	2004 (US\$)
EXPORTACIONES	5,030,000,000	6,038,498,710	7,600,136,709
IMPORTACIONES	6,006,000,000	6,534,404,850	7,821,564,353
BALANZA COMERCIAL	-976,000,000	-495,906,140	-221,427,644

Fuente: BANCO CENTRAL ECUADOR. BCE. [en línea]. Quito: BCE, 2005. [consultado 23 de Febrero, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.bce.fin.ec>

Ecuador ha tenido un crecimiento comercial tanto en las exportaciones como en sus importaciones, sin embargo, durante el periodo del 2002-2004 ha manteniendo su balanza comercial deficitaria por ser un país principalmente importador, aunque la tendencia de la balanza tiende a disminuir, equilibrándose un poco por el aumento en las exportaciones ecuatorianas.

Cuadro 38. Balanza comercial bilateral

Intercambio Bilateral	2002 (US\$)	2003 (US\$)	2004 (US\$)
EXPORTACIONES TOTALES FOB COLOMBIANAS HACIA ECUADOR	814,038,190	778,965,994	999,940,777
Exportaciones Tradicionales	14,578,414	8,709,637	46,071,349
Exportaciones NoTradicionales	799,459,776	770,256,357	953,869,428
IMPORTACIONES CIF COLOMBIANAS DESDE ECUADOR	367,203,019	409,667,834	412,356,331
BALANZA BILATERAL	446,835,171	369,298,160	587,584,446

Fuente: BANCO CENTRAL ECUADOR. BCE. [en línea]. Quito: BCE, 2005. [consultado 23 de Febrero, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.bce.fin.ec>

4.1.2.2. Principales productos importados por Ecuador a Colombia. Las exportaciones colombianas crecieron 28,4% al pasar de USD 779 millones en 2003 a USD 999,9 millones en el año 2004. La principal contribución a la variación fue el aumento en las exportaciones de derivados del petróleo, energía eléctrica, la industria automotriz, y la química básica.

Se ha venido incrementando la demanda de energía eléctrica, en 2004 se importó USD 138,4 millones FOB, lo que significa una participación de 12,5% del total importado, como resultado de la alianza con Colombia para el suministro de energía vía la interconexión con ISA; Importación que se explica por el alto costo de la generación energética, las ineficiencias del sistema y la deficitaria situación de generación.

En segundo lugar con importaciones por US\$ 40,2 millones de dólares FOB se encuentran medicamentos (los demás medicamentos), seguidos por combustibles como la nafta disolvente (3,3%), y otros productos como los polímeros de cloruro de vinilo (2,7%), vehículos de cilindrada superior a 1.500 cm³ pero inferior o igual a 3.000 cm³ (2,7%), vehículos para transporte de mercancías (2,4%).

4.1.2.3. Principales productos exportados por Ecuador a Colombia. Las exportaciones ecuatorianas a Colombia, presentaron un ligero aumento de 0,7% al pasar de USD 409,6 millones en 2003 a USD 412,4 millones en 2004. Se concentraron principalmente en los sectores de agroindustria, industria automotriz, agropecuario, química básica y petróleo, entre otros.

Los principales productos importados por Colombia desde Ecuador en 2004, fueron vehículos automotores, aceites crudos de petróleo, conservas de sardinas y atunes, calzado y neumáticos. En lo que tiene que ver con el número de partidas, en 2004 se registraron 922.64 más que en el año 2003 cuando fueron 858. Las exportaciones se redujeron, de acuerdo con los datos del Banco central del Ecuador, 24.8%. La reducción en el valor a pesar del aumento en las partidas se explica por el menor valor en las exportaciones de vehículos, de todas las cilindradas, y por el freno de las exportaciones de arroz, entre otras causas.

4.1.3. Situación Política. La República del Ecuador se basa en una democracia representativa, constitucionalmente instituida. La última Constitución, vigente desde el 10 de agosto de 1998, establece la elección directa de Presidente

y Vicepresidente, por sufragio universal, es decir, por mayoría absoluta de los ciudadanos para un período de cuatro años, sin posibilidades de reelección.

El gobierno está centralizado, siendo Quito la capital en donde se concentran casi todas las instancias, de toma de decisiones especialmente, y desde donde se distribuyen y se asignan todos los recursos a escala nacional, sin embargo, actualmente se ha abierto el debate sobre la descentralización del Estado.

El sistema de gobierno está constituido por los órganos ejecutivo, legislativo y judicial; al igual que en nuestro país, dentro de la rama ejecutiva se encuentra el Presidente y vicepresidente, quienes cuentan con amplios poderes de veto sobre la legislación, designan a los 14 miembros de su Gabinete, a su Secretario General de la Administración Pública y a los Gobernadores de cada provincia. También nombra a algunos representantes diplomáticos y ciertos funcionarios administrativos. El Poder Legislativo reside en el Congreso Nacional, el cual consta de una Cámara Única. El número de congresistas es de 121 miembros y se elige por un periodo definido de cuatro años.

Por su parte, El Poder Judicial está constituido por la Corte Suprema de Justicia con 31 magistrados, ocho Cortes Superiores y los juzgados de cada provincia. También están los Tribunales de lo Contencioso Administrativo y el de Menores. Existe una Corte de Justicia Militar y una Policial. El Tribunal Supremo Electoral es el juez de elecciones y el Tribunal Constitucional es el máximo organismo que define la constitucionalidad de las leyes.

4.1.3.1. Sistemas políticos. Funcionan con base en una serie de partidos políticos de los cuales la mayor cuota de poder se distribuye entre los partidos del centro y de derecha, y que representan a los grupos económicos de la costa y de la sierra. Los principales partidos políticos son, el Partido Social Cristiano (PSC), la Izquierda Democrática (ID), la Democracia Popular (DP), el Partido Roldosista Ecuatoriano (PRE) y Nuevo País Pachakutik.

Debido a la crisis suscitada por la disolución de la corte suprema de Justicia el 8 de diciembre de 2004 y la creación de una Corte a fin a los intereses del Partido Roldosista ecuatoriano, en el país se desató una crisis de orden jurídico, institucional y social, especialmente caracterizada por la poca legitimidad del poder judicial, el desgaste político del Presidente y el fortalecimiento de los movimientos sociales que pedían la cesación del Gobierno y del Congreso Nacional. Estos movimientos se tornaron dramáticos tras la declaración de nulidad de los procesos penales por peculado contra los expresidentes Abdalá Bucaram y Gustavo Noboa y el ex Vicepresidente Alberto Dahik, que volvieron al país a

inicios del mes de abril del año en curso. Esto exacerbó los ánimos de la ciudadanía, generándose masivas movilizaciones que pedían la salida no solo del gobierno sino del Congreso y la renovación y despolitización de las Cortes, que derivaron en la destitución de Lucio Gutiérrez el 20 de abril por parte del Congreso Nacional, tras varios días de manifestaciones que fueron duramente reprimidas por la policía y las fuerzas armadas.

Presidente actual: Desde el 20 de Abril del 2005 el congreso sustituyó al presidente anterior Lucio Edwin Gutiérrez Borbua asumiendo la presidencia Alfredo Palacio González.

4.2. POTENCIAL DE MERCADO EN ECUADOR PARA LOS PRODUCTOS DE INTERÉS

4.2.1. Importaciones totales de Ecuador

Cuadro 39. Importaciones de Ecuador de la Posición: 3926909000 Los Demás

Año	Peso Neto (Kg.)	Valor (US\$)
2002	4,532,340.00	12,841,383.00
2003	7,715,058.00	16,316,280.00
2004	0.00	14,850,000.00

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Ecuador: Banco Central del Ecuador, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Las importaciones de Ecuador para la Posición Arancelaria 3926909000 Los Demás, ha mantenido un comportamiento regular. El año 2003 obtuvo el mayor registro de las importaciones totales, las cuales fueron de US\$ 16, 316,280.00. No obstante, las cantidades importadas tuvieron una caída en el año 2004 disminuyendo de 7, 715,058.00 Kg. en el año 2003, a 0.00 Kg. en el 2004.

Entre los países que proveedores para esta partida se encuentra Estados Unidos, Colombia, China, España y México.

Cuadro 40. Importaciones de Ecuador de la Posición: 9018312000 De Plástico

Año	Peso Neto (Kg)	Valor (US\$)
2002	369,086.00	2,235,021.00
2003	385,770.00	2,312,646.00
2004	0.00	3,189,000.00

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Ecuador: Banco Central del Ecuador, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Las importaciones para la Posición Arancelaria 9018312000 De Plástico, han sido crecientes en el periodo 2002 al 2004 pasando de US\$ 2, 235,021.00 en el año 2002, a US\$ 3, 189,000.00 en el 2004. Sin embargo, se puede observar que las cantidades importadas han sido netamente bajas, hasta tal punto que en el año 2004 el peso neto en Kilogramos fue de 0.00.

Generalmente las importaciones para este producto, son provenientes de países como Estados Unidos, Corea del Sur, Bélgica, China y Alemania.

Cuadro 41. Importaciones de Ecuador de la Posición: 3923309000 Los Demás

Año	Peso Neto (Kg.)	Valor (US\$)
2002	12,674,538.00	22,619,298
2003	17,967,391.00	29,194,896
2004	0.00	27,030,000

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Ecuador: Banco Central del Ecuador, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

La partida 3923309000 Los Demás, ha sido importada de manera constante en Ecuador, no obstante, se dio una disminución en el valor importado, pasando de US\$ 29,194,896 en el 2003 a US\$ 27,030,000 en el año 2004, igualmente hubo un decrecimiento en las cantidades importadas para este mismo año de 0.00.

Los países principalmente proveedores de esta partida arancelaria son Perú, Colombia, Chile, España y Estados Unidos.

4.2.2. Exportaciones de Ecuador a Colombia y totales de las partidas de interés en dólares FOB

Cuadro 42. Exportaciones de Ecuador de la Posición: 3926909000 Los Demás

País	2003	2004	2005/nM ¹³
Colombia	227,000.00	48,000.00	44,000.00
Total Exportaciones	482,000.00	529,000.00	819,000.00

Fuente: ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN. Normas reguladoras de un país. [en línea]. Uruguay: ALADI, 2005. [consultado 12 de Diciembre, 2005]. Disponible en Internet: <http://200.40.42.2227/sii/menupagsinternas/marcosii.html>

Aunque las exportaciones ecuatorianas para la posición arancelaria 3926909000 Los Demás, se presentan en bajas proporciones, el total exportado durante el periodo 2003-2005 tiene una dinámica creciente al pasar de US\$ 482,000.00 a US\$ 819,000.00, los principales países de destino de dichas exportaciones son Estados Unidos, Perú, Colombia, Venezuela, España y Costa Rica.

Sin embargo, las exportaciones bilaterales (de Ecuador a Colombia) han disminuido notablemente; de US\$ 227,000.00 exportados en el 2003, solo se exportó US\$ 44,000.00 según los datos parciales en el 2005.

¹³ / nM : Información Parcial cubriendo n meses

Exportaciones de Ecuador de la Posición: 9018312000 De Plástico. Dentro de las exportaciones Ecuatorianas para esta posición no se encontró ningún registro de exportación vigente.

Cuadro 43. Exportaciones de Ecuador de la Posición: 3923309000 Los Demás

País	2003	2004	2005/ nM
Colombia	8,000.00	18,000.00	29,000.00
Total Exportaciones	380,000.00	183,000.00	730,000.00

Fuente: ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN. Normas reguladoras de un país. [en línea]. Uruguay: ALADI, 2005. [consultado 12 de Diciembre, 2005]. Disponible en Internet: <http://200.40.42.2227/sii/menupagsinternas/marcosii.html>

El valor total en dólares exportado en Ecuador para la partida 3923309000 Los Demás aumentó según los datos parciales del año 2005, el principal país de destino ha sido Perú con un valor de US\$ 671,000.00 exportado en el 2005, seguido de Colombia, Estados Unidos, México y Panamá.

En las exportaciones a Colombia, nuestro país representa uno de los principales mercados en Ecuador, ya que es el segundo destino de esta partida aumentando las exportaciones a US\$ 29,000.00.

4.3. CLIENTES DIRECTOS E INDIRECTOS EN ECUADOR

Clientes directos: Ver Págs. 113 y 114. (Distribuidores de productos plásticos en Ecuador).

Clientes indirectos. Posición arancelaria 3926909000 Los Demás

➤ **PRODUCTOS SINTÉTICOS S.A. (PROSI)**

Actividad: Comercio al por mayor de productos diversos.

Dirección: AVDA. MANUEL CORDOVA GALARZA KM 3.5. Ciudad: Quito

➤ **POLIMALLA S.A.**

Actividad: Producción especializada de flor de corte bajo cubierta y al aire libre.

Dirección: KM 9 1 2 VIA DAULE - PBX 2110850. Ciudad: Guayaquil

➤ **ECUACOBRE FV S.A.**

Actividad: Comercio al por mayor de materiales de construcción, ferretería y vidrio.

Dirección: SANGOLQUI VIA AMAGUANA KM 25. Ciudad: Quito

➤ **PLASTICOS DALMAU S.A.**

Actividad: Comercio al por mayor de productos diversos.

Dirección: 0E4 AV DE LOS TULIPANES N68 91 A AV. Ciudad: Quito

➤ **FRANCO RE IMPORT EXPORT S.A.**

Actividad: Producción especializada de flor de corte bajo cubierta y al aire libre.

Dirección: AV. AMAZONAS 3887 Y COREA ED. GRUPO E. Ciudad: Quito

➤ **GENERAL MOTORS DEL ECUADOR S.A.**

Actividad: Comercio de partes, piezas (auto partes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores.

Dirección: KM 5 PANAMERICANA NORTE S N Y ENR. Ciudad: Quito

Posición arancelaria 9018312000 De Plástico

➤ **PRINTOPAC CIA. LTDA.**

Actividad: Comercio al por menor de productos farmacéuticos, medicinales, y odontológicos, artículos de perfumería, cosméticos y de tocador, en establecimientos especializados.

Dirección: AV JOSE MARIA VELASCO IBARRA. Ciudad: Quito.

➤ **M & K ACCESORIOS ODONTOLOGICOS**

Actividad: Comercio al por menor de productos farmacéuticos, medicinales, y odontológicos, artículos de perfumería, cosméticos y de tocador, en establecimientos especializados.

Dirección: AV. REAL AUDIENCIA N63-185. Ciudad: Quito.

Posición arancelaria 3923309000 Los Demás

➤ **IMPRESIONES Y EMPAQUES INDUSTRI**

Actividad: Comercio al por mayor de productos alimenticios, excepto café trillado.

Dirección: JOSE MARIA VELASCO IBARRA E3 37 AV. Ciudad: Quito

➤ **CETCO S.A.**

Actividad: Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador

Dirección: AV JORGE BASADRE N 198 SAN ISIDRO L. Ciudad: Lima

➤ **XEROX DEL ECUADOR S.A.**

Actividad: Comercio al por mayor de maquinaria para oficina, contabilidad e informática.

Dirección: AV AMAZONAS N35-17 Y JUAN PABLO SAN. Ciudad: Quito.

➤ **AYMESA**

Actividad: Comercio de partes, piezas (autopartes) y accesorios (lujos) para vehículos automotores.

Dirección: AV MALDONADO 8519. Ciudad: Quito.

4.4. COMPORTAMIENTO DE PRECIOS DE MATERIALES PLÁSTICOS EN ECUADOR

Los volúmenes de producción de artículos plásticos en Ecuador han descendido entre un 8 y un 10%. Este comportamiento se ha dado debido a que los proveedores de resina y los bancos otorgan un cupo de crédito en dólares; ante el sensible incremento que se ha vivido en el último año en el costo de la materia prima, se ha reducido la cantidad que es posible importar, afectando sobre todo a pequeños y medianos industriales.

Las importaciones de resina, sin embargo, han aumentado en un 20% este año, debido fundamentalmente al incremento de la demanda de PET que se dio con la instalación de Amcor PET Packaging en Ecuador. Esta materia prima en particular registra un incremento de 146%.

En materia político-económica, para garantizar el crecimiento de la industria hay dos temas principales que requieren de la toma de decisiones del estado: la energía eléctrica representa un riesgo permanente para los industriales en general; además de tener el precio más alto de la región, la infraestructura está por colapsar. Adicionalmente, la legislación laboral es atrasada e inflexible, resultando en una alta tasa de desempleo razón por la que se requiere de reformas profundas en estas dos áreas.

4.5. LA CULTURA ECUATORIANA

Por lo general, las culturas latinoamericanas tienen un grado de similitud y sin lugar a dudas Ecuador no es la excepción. Los ecuatorianos tienden a ser inductivos, por lo que prefieren analizar cada situación en particular antes de usar leyes universales. Asumen sus debilidades y deficiencias pero no aceptan demostraciones de superioridad. El rol de la mujer en Ecuador ha ganado importantes espacios en los últimos años, ubicándose hoy en día en importantes cargos. En cuanto a las personas extranjeras, son apreciados y se valoran sus ideas y opiniones hasta cierto punto. Los ecuatorianos son amables, respetuosos, responsables así como dignos y orgullosos de su tierra y valores.

La iglesia católica ha tenido mucha influencia en el comportamiento de los ecuatorianos, la cual permanece en la mayoría de la población. La gente de la sierra es mas conservadora que la de la costa y la mayoría le da gran importancia a su familia y a las relaciones personales.

4.5.1. Reuniones de negocio. En cuanto a la cultura de los negocios, los ecuatorianos visten de modo formal cuando se encuentran en reuniones (de traje y corbata para los hombres y sastre para las mujeres), estas se realizan en las oficinas o en un restaurante si es para conseguir un socio potencial. En general, las reuniones comienzan a un margen de 10 minutos después de la hora designada, sin embargo, se espera que los extranjeros sean puntuales. Las horas de oficina normales son de 9:00 a 1:00PM y de 3:00 a 6:00PM de lunes a viernes.

Por otro lado, es recomendable mantener un solo equipo de trabajo, es decir no cambiar la persona (contacto) durante la negociación e informarse sobre la cultura y mostrar interés en su historia. Con respecto a las cortesías sociales, los ecuatorianos brindan un trato amable. A los superiores se les trata de una manera sencilla y respetuosa, antes del nombre es muy común el uso de un título, el cual indica el status personal tal como doctor, economista o ingeniero.

En lo que respecta al saludo, lo más común durante las reuniones de negocios es estrechar las manos. Cuando existe confianza se acostumbra a saludar con besos y abrazos entre hombres y mujeres.

4.6. MARCO COMERCIAL. REGULACIONES, RESTRICCIONES ESPECIALES Y NORMAS EN ECUADOR

Ecuador prohíbe la importación de cualquier sustancia psicotrópica (y/o controlada). Las sustancias controladas de uso médico únicamente pueden ser importadas con la expresa autorización del MCE (Ministerio de Comercio Exterior). Recientemente el Ecuador prohibió la importación de desechos tóxicos y nucleares.

Ecuador requiere la autorización previa de varios Ministerios para un número de mercancías incluyendo: alimentos procesados; cosméticos; licores; ampollas; jeringuillas; vendajes; ciertas materias agrícolas; fertilizantes minerales; y gérmenes vegetales. La importación de los vehículos de motor, de los neumáticos y de la ropa usada todavía está prohibida.

Varias mercancías agrícolas están conforme al sistema andino a la venta con precios que protegen a productores locales. Bajo este sistema una variable adicional se establece para las importaciones de terceros en la relación con precios de mercado internacional. Las importaciones de armas, municiones,

explosivos, vehículos armados, helicópteros, aeroplanos, naves y otros productos relacionados, requieren la autorización previa del Ministerio de la Defensa.

En cuanto a los productos investigados, las normas o regulaciones impuestas por Ecuador se encuentran:

Cuadro 44. Normas reguladoras de Ecuador para la posición 90183120 --- De Plástico

POSICIÓN ARANCELARIA	NORMA	TEMA	MEDIDA	RESUMEN DE LA MEDIDA
90183120 --- De Plástico	Resolución No 183 de 5/V/03. Consejo de Comercio Exterior e Inversiones. Modificada por Resoluciones Nos. 200/03; 297/04; 158/05.	Instrumentos, aparatos, dispositivos y demás artículos de uso médico u odontológico y aparatos a ser implantados en el organismo.	AUTORIZACION PARA PROTEGER LA SALUD DE LAS PERSONAS.	AUTORIZACION PREVIA DE IMPORTACIÓN EMITIDA POR EL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

Fuente: ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN. Normas reguladoras de un país. [en línea]. Uruguay: ALADI, 2005. [consultado 12 de Diciembre, 2005]. Disponible en Internet: <http://200.40.42.2227/sii/menupagsinternas/marcosii.html>

Cuadro 45. Normas reguladoras de ecuador para las posiciones 3926909000 y 3923309000, Los Demás.

POSICIÓN ARANCELARIA	NORMA	TEMA	MEDIDA	RESUMEN DE LA MEDIDA
3926909000 Los Demás 3923309000 Los Demás	Decreto No 2024 de 26/XI/01. Presidente Constitucional de la República.	Petróleo y derivados; gas natural; productos de la industria petroquímica; combustibles.	LICENCIA COMBINADA CON O SUSTITUIDA POR UNA AUTORIZACION ESPECIAL	Autorización previa de importación otorgada por el Ministro de Energía y Minas a solicitud de las comercializadoras autorizadas. La Dirección Nacional de Hidrocarburos determinará los volúmenes de combustibles líquidos derivados de los hidrocarburos que podrán importarse en base a las inversiones y participación en el mercado nacional de las comercializadoras.

Fuente: ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN. Normas reguladoras de un país. [en línea]. Uruguay: ALADI, 2005. [consultado 12 de Diciembre, 2005]. Disponible en Internet: <http://200.40.42.2227/sii/menupagsinternas/marcosii.html>

4.6.1. Ley de régimen de Maquila en Ecuador. La Ley de régimen de Maquila establece un marco tributario y laboral favorable dentro del cual la maquiladora puede proceder a la elaboración, perfeccionamiento, transformación o reparación de bienes de procedencia extranjera, importados bajo un régimen de Admisión Temporal Especial, para su reexportación posterior, con la incorporación de componentes nacionales sí fuera del caso.

Las empresas que deseen acogerse al régimen de maquila, deberán solicitar previamente al Ministerio de Comercio Exterior, la correspondiente calificación y consiguiente registro como maquiladora; reunidos los requisitos, se deberá conceder la aprobación en un plazo máximo de diez días. Los bienes que se pueden ingresar al país bajo el régimen de maquila son:

- Materias Primas, insumos, envases, material de empaque o embalaje, etiquetas, folletos manuales técnicos, clisés, matrices, moldes y patrones necesarios para ejecutar la producción programada.
- Herramientas, equipos y accesorios para la producción y seguridad industrial, manuales de trabajo, planes técnicos e industriales.
- Maquinarias, partes de piezas, aparatos e instrumentos para el proceso productivo y sus correspondientes repuestos, equipos de laboratorio, de medición y de prueba de los productos de que se trate, equipos e implementos para el control de calidad y para capacitación de personal.

Se exceptúan aquellos bienes que son nocivos para la salud o produzcan deterioro del medio ambiente.

4.6.2. Requisitos de Licencias de Importación. Los importadores deben registrarse con el Banco Central del Ecuador a través de las instituciones bancarias aprobadas para obtener una licencia de importación.

Las licencias de importación se, conocen como DUI - Documento Único de Importación (autorización del documento de la importación), y se obtienen antes de que las mercancías entrantes se envíen desde el puerto de origen.

La documentación que se requiere para obtener un permiso de importación es la factura comercial, el número de la importación asignado por el Banco Central, y el número del registro del impuesto sobre la renta.

La licencia es válida por un tiempo ilimitado pero puede ser utilizada solamente para un envío.

4.6.3. Etiquetado y requerimientos de Marca. El Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) reúne todos los requisitos. El etiquetado se debe ser en español y debe incluir el nombre de la compañía, dirección y número telefónico, el número de etiqueta comercial, del país de origen, de la unidad, del peso neto, y del número de registro sanitario si este es requerido.

4.6.4. Derechos de propiedad intelectual. El gobierno del Ecuador ha adecuado la legislación interna a mecanismos internacionales que en otros países de igual desarrollo, han permitido un amplio y sostenido progreso en el campo de la propiedad intelectual y por ende, en la creación de negocios novedosos para los inversionistas extranjeros.

El primer paso que ha dado Ecuador para lograr dicho objetivo, es adhiriese a la OMC, suscribir una serie de Acuerdos internacionales y aprobar la Ley de Propiedad Intelectual que incluya marcas patentes, derechos de autor, variedades vegetales, transferencia de tecnología y represión de la competencia desleal.

El inversionista cuenta con medidas proteccionistas que antes no estaban especificadas en la legislación como por ejemplo normas sobre "competencia desleal", "medidas cautelares, civiles, penales y aduaneras", "solución de conflictos a través del arbitraje nacional o internacional"; Obteniendo menor protección a distribuidores locales, permitiendo así que el inversionista extranjero, a través de una libre negociación, pueda establecer los parámetros de su inversión acorde con la legislación internacional.

Los derechos conferidos por la Ley de propiedad intelectual se aplican por igual a nacionales y extranjeros, domiciliados o no en el Ecuador. Los países miembros otorgaran patentes para las inversiones sean de productos o de procedimientos en todos los campos de la tecnología, siempre y cuando sean nuevas, tengan inventivo y sean susceptibles de aplicación industrial.

Una invención es nueva cuando no está comprendida en el estado de la técnica. El estado de la técnica comprenderá todo lo que haya sido accesible al público, por una descripción escrita u oral, por una utilización o cualquier otro medio antes de la fecha de presentación de la solicitud de patente o, en su caso de la prioridad reconocida.

Sólo para el efecto de la determinación de la novedad, también se considerará, dentro del estado de la técnica, el contenido de una solicitud de patente en trámite ante la oficina nacional competente, cuya fecha de presentación o de prioridad fuese anterior a la fecha de prioridad de la solicitud de patente que se tuviese examinando, siempre que dicho contenido se publique.

4.6.5. Requisitos de Patentabilidad. Para efectos de determinar la patentabilidad, no se tomará en consideración la divulgación del contenido de la patente dentro del año precedente a la fecha de la presentación de la solicitud en el país o dentro del año precedente a la fecha de prioridad si ésta ha sido reivindicada, siempre que tal divulgación hubiese provenido de:

- El inventor o causahabiente;
- Una oficina nacional competente que, en contravención de la norma que rige la materia, publique el contenido de la solicitud de patente presentada por el inventor a su causahabiente;
- Un tercero que hubiese obtenido la información directa o indirectamente del inventor o su causahabiente;
- Un abuso evidente frente al inventor o su causahabiente; o,
- Del hecho que el solicitante o su causahabiente hubiere exhibido la invención en exposiciones o ferias reconocidas oficialmente o, cuando para fines académicos o de investigación, hubieren necesitado hacerla pública para continuar con su desarrollo.

En este caso, el interesado deberá consignar, al momento de presentar su solicitud, una declaración en la cual señale que la invención ha sido realmente exhibida y presentar el correspondiente certificado.

Se considera que una invención tiene un nivel inventivo, si para una persona del oficio normalmente versada en la materia técnica correspondiente, esa invención no hubiese resultado obvia ni se hubiese derivado de manera evidente del estado de la técnica. Se considerará que una invención es susceptible de aplicación industrial cuando su objeto puede ser producido o utilizado en cualquier otro tipo de industria, entendiéndose por industria la referida a cualquier actividad productiva, incluidos los servicios.

4.7. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD EN ECUADOR

La televisión por cable y regional, las revistas especializadas, los insertos en periódicos y las ventas puerta a puerta están incrementando la efectividad para localizar los grupos de consumidores a los que van dirigidos los productos. Internet es el medio más utilizado en los últimos años y está mostrando gran efectividad. Es el nuevo ambiente para los negocios, los anuncios y los esfuerzos específicos de mercadeo se desarrollan con gran rapidez en Ecuador.

El sistema de teléfono se utiliza a menudo en Ecuador ya que es un mecanismo de comercialización directa. Casi todos los negocios utilizan el Fax y el E mail. Los pedidos por correo ordinario no son una buena opción debido a la baja confiabilidad del sistema postal.

Los periódicos más importantes se publican en español. Cabe destacar: El Comercio y Hoy, publicados en Quito; y El Telégrafo y El Universo, publicados en Guayaquil. Hay distribución de periódicos y revistas internacionales en los aeropuertos y en algunas librerías.

4.8. MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN ECUADOR

- **Distribución y ventas.** Los agentes o representantes locales se necesitan para vender con éxito en Ecuador y se requiere legalmente para las ventas al gobierno. Los compradores ecuatorianos prefieren comprar directamente del fabricante. Para las ventas de la maquinaria y del equipo, un factor dominante es la disponibilidad de partes y del servicio del distribuidor o del agente local. Quito y Guayaquil son los centros de distribución principales para los productos importados, seguido de Cuenca y Santo Domingo de Los Colorados. Porto viejo constituye el quinto centro más grande mientras que incorpora los recursos industriales y portuarios de Manta con su negocio y actividades comerciales. La mayoría de los distribuidores cubren el país entero y utilizan su propia fuerza de ventas. Muchos tienen ramificaciones y almacenes en las ciudades principales.

- **Distribuidores.** Estos son comúnmente firmas de medio o gran tamaño que representan a compañías extranjeras y que importan cantidades grandes de productos para la distribución al por mayor. Las firmas mantienen terrajas grandes y ponen las órdenes para la salida directa a los clientes.
- **Agentes Comisionista.** Estos son generalmente firmas o los individuos especializados que toman órdenes en Ecuador para las mercancías extranjeras por medio de una fuerza de ventas bien enseñada y experimentada.

Los agentes son pagados a una comisión por la compañía de los Estados Unidos que llena estas órdenes. De vez en cuando, los agentes pueden importar Mercancías con sus propios fondos para la reventa.

- **Agente Mayorista, Minorista, Consumidor Directo.** Se realiza de forma directa hacia los distribuidores o agentes de ventas, puede contar con oficinas o agentes comerciales independientes o distribuidores locales.
- **Margen De Intermediación.** Normalmente los márgenes de intermediación que manejan los distribuidores en el mercado de Ecuador oscilan entre 25% y 30%.
- **Importadores Directos.** Los importadores directos son generalmente compañías de fabricación y agencias de estatal grandes que compran el equipo o los materiales para su propio uso. Las compras se hacen normalmente directamente del fabricante.

4.8.1. Formas de organización de los negocios

- **Agentes, Distribuidores y Socios.** Antes de realizar un contrato con un agente o distribuidor es recomendable asesorarse jurídicamente para asegurarse de que sus acuerdos de distribución les den la protección apropiada.

Es recomendable designar a representantes no exclusivos por un período de tiempo limitado, e incluir una cláusula de arbitraje como medio de resolver cualquier conflicto que pueda presentarse.

Servicio comercial de la embajada americana, que ofrece un programa modificado para requisitos particulares de la búsqueda. Otras fuentes incluyen abogados, consultores, y las baterías locales.

- **Franquicias y licencias.** La autorización previa se requiere para los contratos de tecnología, incluyendo licencias o franquicias. Ningún límite existe en la cantidad de derechos que puedan ser otorgados. Todos los contratos de tecnología se deben hacer con el Ministerio de Industria y comercio. En septiembre de 1997, el congreso Ecuatoriano abogó la Ley para la protección de representantes, de agentes y de distribuidores de las empresas, que impusieron restricciones discriminatorias ante las compañías extranjeras en sus reparticiones con sus agentes Ecuatorianos, ya que un número de empresas previamente registradas contra compañías de los Estados Unidos, abogaron al sistema judicial de Ecuador. Además, por lo menos una serie de nuevos distribuidores se han quejado formalmente contra compañías importantes de los Estados Unidos también ante el sistema judicial.

Varias franquicias de los Estados Unidos ahora están funcionando en Ecuador, incluyendo Tricon (pizza Chicken /Taco frito Hut / Kentucky Bell), el rey de la hamburguesa, Mc Donald's, el vídeo de la pizza del dominó, y de la bomba del superdomicilio. El banco Citibank (los EE.UU.), y el Lloyd (Reino Unido), y El banco ABN AMRO (Países Bajos) tienen operaciones con el banco comercial en Ecuador. Bellsouth funciona como uno de los dos servicios telefónicos móviles de Ecuador.

4.9. LOGÍSTICA DE ACCESO AL MERCADO. (SERVICIO Y TARIFAS DE TRANSPORTE EN ECUADOR)

El traslado de mercancías de Colombia hacia Ecuador predomina el uso del transporte terrestre, los productos que ingresan lo hacen por el paso de Ipiales - Tulcán. La oferta de servicios es amplia y permite el traslado de todo tipo de productos.

4.9.1. Servicio de transporte terrestre. Actualmente Ecuador cuenta con una red vial de alrededor de 43.000 Km., de los cuales cerca de 6.500 Km. son carreteras principales y 3.700 Km. son carreteras secundarias. Las carreteras son el principal medio de comunicación del país y existen muchas empresas de transporte terrestre que cubren todo el territorio.

La autoridad de transporte en Ecuador, ha adoptado las regulaciones de la Comunidad Andina en materia de transporte terrestre de carga internacional, consignados en la decisión 399 de la CAN, lo cual quiere decir que los vehículos colombianos habilitados y con los respectivos permisos de operación por las autoridades competentes, están facultados para efectuar en forma directa el traslado de carga de exportación. Sin embargo, conflictos de diverso orden han hecho del trasbordo o cambio de cabezote en frontera, una práctica usual.

4.9.2. Servicio de transporte marítimo. Este es uno de los medios de mayor movilización de carga internacional, no solo por los bajos costos sino adicionalmente por la eficiencia en sus instalaciones portuarias, destacándose el puerto de Guayaquil como uno de los más importantes de Latinoamérica.

El sistema portuario de Ecuador está compuesto de siete puertos estatales (carga general y petróleo) y de diez muelles privados. Los puertos estatales incluyen tres puertos petroleros (Balao, La Libertad y Salitral) y cuatro de carga general (Guayaquil, Bolívar, Esmeraldas y Manta). Los tres primeros por las características del comercio internacional del país, presentan más actividad pero son de uso exclusivo para el petróleo, mientras los cuatro últimos, son los utilizados para el comercio de bienes.

La situación de los puertos desde el punto de vista geográfico, cubre las necesidades básicas del país. Dos puertos, Esmeraldas y Puerto Bolívar, están ubicados cerca a las fronteras Norte y Sur y los puertos de Guayaquil y Manta cubren la zona central y sur del país.

Puerto de Guayaquil: Es el mayor centro comercial, industrial y de servicios del Ecuador. Por este puerto ingresan importaciones de: Hierro, Acero, Trigo, Maquinaria entre otros. Así mismo maneja exportaciones de Plátano, Café, Cacao, Azúcar, Pescado y Arroz. La ubicación privilegiada del puerto constituye un incentivo para la captación de tráfico de las rutas del lejano oriente y del continente americano, especialmente los relativos a la costa del Pacífico. A través del Puerto de Guayaquil se movilizan alrededor de 5.6 millones de toneladas por

año lo cual representa el 70% del comercio exterior que maneja el Sistema Portuario Ecuatoriano.

El puerto de Guayaquil posee una infraestructura adecuada para el desarrollo del comercio internacional, para lo cual cuenta con tres terminales especializados en el manejo de carga general, contenedores y granos. Asimismo se prestan todos los servicios requeridos por las naves y las mercaderías a través de operadores privados de alta especialización que, bajo la supervisión de la Autoridad Portuaria, actúan en libre competencia para satisfacer los requerimientos de los usuarios más exigentes, logrando alta eficiencia y reducción de costos. Además cuenta con una variada gama de servicios para todo tipo de carga: contenedorizada, refrigerada y suelta. El puerto tiene acceso a una red de carreteras que enlaza la ciudad con todos los rincones del país y la región Andina.

En servicios existe una amplia variedad de opciones para los exportadores colombianos a cualquiera de los puertos mencionados. Sin embargo es de tener en cuenta que la mayoría de la oferta se presenta desde el puerto de Buenaventura.

Cuadro 46. Tarifas referenciales de transporte marítimo de Colombia a Ecuador

PUERTO/CIUDAD DE ORIGEN	PUERTO/CIUDAD DE DESTINO	PRODUCTO	Contenedor de 20 Pies	Contenedor de 40 Pies
			US\$ FLETE	US\$ FLETE
BUENAVENTURA	GUAYAQUIL	GENERAL	600 - 800	650 - 950

Fecha de Actualización: Abril de 2005. Prestatarios de servicios portuarios

4.9.3. Servicio de transporte aéreo. La oferta de servicios aéreos directos desde Colombia a Ecuador es buena con frecuencias regulares en equipos de pasajeros principalmente, servicio de carga y combinados. Los dos principales aeropuertos de Ecuador son el Mariscal Sucre (Quito) y el Simón Bolívar (Guayaquil), los cuales ofrecen servicios de vuelos nacionales e internacionales y son los principales destinos de la carga colombiana.

En cuanto a tarifas, se pueden encontrar diferentes valores ya que aunque existen unos topes máximos recomendados por IATA, la competencia internacional,

propicia unos niveles diferentes, de acuerdo con las estrategias comerciales de las aerolíneas, productos, volúmenes, fidelidad del cliente etc. Adicional a la tarifa básica, se han establecido recargos: uno de ellos es el denominado FSC (fuel surcharge) o de combustible el cual varía de acuerdo al precio del petróleo en el mercado internacional.

El procedimiento de despacho aduanero, inicia cuando el Importador solicita a la autoridad aduanal comience el proceso de despacho, este proceso puede solicitarse en un periodo comprendido entre siete días antes de llegar la mercancía al país, hasta quince días hábiles después de la llegada de la misma.

Cuadro 47. Servicio aéreo referencial de Cali a Ecuador

ORIGEN	DESTINO	AEROLÍNEA	FRECUENCIA	EQUIPO	OBSERVACIONES
CALI	GUAYAQUIL	AMERICAN AIRLINES	DIARIA	B-757	CAP. 25 TONS. Tiempo de Transito 72 horas.
CALI	QUITO	AMERICAN AIRLINES	DIARIA	B-757	CAP. 25 TONS. Tiempo de Transito 72 horas.

Fecha de actualización, Mayo de 2005. Prestatarios de Servicio Aerolíneas

Cuadro 48. Tarifas referenciales aéreas de Cali a Ecuador

ORIGEN	DESTINO	TIPO DE CARGA	.-45 KG	+45 KGS	+ 100 KGS	+ 200 KGS	+ 300 KGS	+ 500 KGS	+ 1000 KGS
CALI	GUAYAQUIL	CARGA GENERAL	1.54	1.54	1.24	1.24	1.13	1.13	1.13
			1.66	1.45	1.21	1.21	1.16	1.11	1.11
			1.56,	1.56	1.36	1.36	1.0	0.85	0.85
CALI	QUITO	CARGA GENERAL	1.45		1.30	1.30	1.13	1.13	1.13
			1.66	1.45	1.21	1.21	1.16	1.11	1.11

Fecha de actualización, Mayo de 2005. Prestatarios de Servicio Aerolíneas

5. SEGUNDO MERCADO OBJETIVO: PERÚ

5.1. MARCO ACTUAL DE PERÚ

5.1.1. Reseña actual de Perú. Perú está situado en la parte occidental del subcontinente de América del sur, actualmente cuenta con una extensión de 1.285.220 Km² comprendiendo tres regiones bien diferenciadas: la costa de características desérticas, interrumpidas por una serie de valles idóneos para la agricultura; la Cordillera de los Andes una de las más accidentadas del planeta y la llanura amazónica de características tropicales.

Demografía y sociedad: La población Peruana alcanza un total de 27, 947,000 de habitantes. Las altas tasas de crecimiento registradas en la década de los setenta (2, 5, 3 %) se han ido reduciendo hasta llegar a la tasa actual de 1,7%. Esto y la disminución de la mortalidad han hecho que su población esté en transito de convertirse de una población mayoritariamente joven (en 1980 el 42% tenía menos de 15 años) a una población más madura (este porcentaje es del 33% en el año 2000). El idioma oficial de Perú es el español. El 95% de la población practica la religión Católica.

El nivel de formación es extremadamente bajo: en las últimas encuestas realizadas sobre el nivel de educación de los jefes de hogares solo un 20% habían completado su educación secundaria y un 9.2% tenían formación universitaria.

Según las estadísticas de oficiales de nivel de pobreza llega a un 37.3% de los cuales algo menos de la mitad viven en condiciones de pobreza extrema, aunque instituciones como la BM o BID supera el 54%.

Dentro de la Población Económicamente Activa (PEA)¹⁴ se estima algo más de los ocho millones, de los que la cuarta parte trabaja en el sector agrícola, otros

¹⁴ POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA) O fuerza de trabajo. Se incluye a quienes tienen alguna ocupación remunerada, ayudantes familiares sin remuneración que trabajan 15 horas o más semanales y quienes buscan empleo.

Clasificación PEA: Ocupados las cuales son las personas mayores de 12 años que tienen alguna actividad remunerada con dedicación de por lo menos una hora semanal. Desocupados incluye a todas las personas que están disponibles para trabajar, pero no trabajaron.

sectores que concentran mayor número de trabajadores son los del comercio (17,3%) e industria (10,4%).

5.1.2. Situación económica actual. En Perú conviven dos universos económicos claramente diferenciados; por un lado un sector relativamente moderno situado en Lima y en menor medida en las ciudades y valles de la costa, mientras que en la Cordillera de los Andes y en la Amazonía la mayor parte de la población desarrolla una economía de subsistencia, que contrasta con la tecnología de última generación aplicada en un sector minero que ha experimentado un notable desarrollo en los últimos años y la modernización de un sector eléctrico debido a la importante inyección de capitales resultado de un proceso de privatización todavía inconcluso.

Principales sectores: La agricultura emplea el 26% de la PEA a nivel nacional, pero es uno de los sectores con menor productividad de mano de obra debido al bajo nivel de la fuerza laboral en el ámbito rural así como el bajo nivel de capitalización de las exportaciones agrícolas. El sector agropecuario ha tenido un crecimiento sostenido durante los últimos 10 años y su contribución al PIB global ha pasado del 7,3% en el 92 al 8,96% en el 2001.

Pesca: la línea costera de Perú tiene una extensión de 2,330 Km. Sus aguas son especialmente ricas en recursos hidrobiológicos, debido principalmente a la combinación de una serie de factores, como la extensión de su zócalo marino, la presencia de corrientes y la abundancia de nutrientes. Esto permite que las capturas anuales se sitúen en el orden de las 8-10 millones de toneladas, ocupando así uno de los primeros puestos a nivel mundial. Por lo mismo, la gran mayoría de la pesca extraída se destina a la producción de harina y aceite de pescado, de los que Perú es el primer productor (24% del total) y exportador mundial.

Cuadro 49. Balanza comercial de Perú

Comercio Exterior	2002 (US\$)	2003 (US\$)	2004 (US\$)
EXPORTACIONES	7,857,820,000	8,939,825,167	12,370,096,578
IMPORTACIONES	7,488,390,000	8,428,514,798	10,111,473,833
BALANZA COMERCIAL	369,430,000	511,310,369	2,258,622,745

Fuente: BANCO CENTRAL DE RESERVAS DEL PERÚ, estadísticas y economía [en línea]. Lima: BCRP, 2006. [consultado 21 de Febrero, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.bcrp.gob.pe>

Cuadro 50. Balanza comercial bilateral

Intercambio Bilateral	2002 (US\$)	2003 (US\$)	2004 (US\$)
EXPORTACIONES TOTALES FOB COLOMBIANAS HACIA PERU	348,522,907	395,373,542	532,410,064
Exportaciones Tradicionales	78,459,307	95,219,663	139,148,225
Exportaciones No Tradicionales	270,063,600	300,153,879	393,261,839
IMPORTACIONES CIF COLOMBIANAS DESDE PERU	160,316,317	193,369,736	260,852,230
BALANZA BILATERAL	188,206,590	202,003,806	271,557,834

Fuente: BANCO CENTRAL DE RESERVAS DEL PERÚ, estadísticas y economía [en línea]. Lima: BCRP, 2006. [consultado 21 de Febrero, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.bcrp.gob.pe>

La balanza comercial Peruana ha tenido un superávit comercial durante el periodo del 2002 -2004. Lo cual radica en el aumento principalmente de las exportaciones e importaciones totales y el intercambio bilateral entre Perú y Colombia.

Las exportaciones de Colombia hacia Perú han tenido un balance positivo pasando de US\$ 188,206,590 en el 2002 a US\$ 271,557,834 en el año 2004, siendo Principalmente productos no tradicionales tales como policloruro de vinilo, polipropileno, medicamentos para uso humano, aceite de palma en bruto, copolimeros de propileno, placas, laminas, hojas y tiras, los demás de demás libros, folletos e impresos, la demás de demás azúcar en bruto, fibras sintéticas, entre otros.

5.1.3. Situación Política. La actual Constitución (1993) establece un régimen republicano, democrático y social, dotado de un gobierno unitario, representativo y descentralizado. Actualmente el gobierno esta estructurando una serie de modificaciones a la Constitución, que una vez sean aprobadas por el mismo, deberán ser sometidas a referéndum.

El poder ejecutivo lo ejerce el presidente quien es el jefe de estado o de gobierno, y es elegido por sufragio universal, por un periodo de cinco años.

El Poder Legislativo reside en el Congreso, el cual consta de Cámara Única. El número de congresistas es de 120. El congreso también se elige por un periodo de cinco años.

El Sistema Judicial está compuesto por la Corte Nacional Judicial, integrado por el Ministro de Justicia y 17 magistrados. El Ministerio Público es un ente autónomo.

Presidente actual: Desde el 28 de Julio del año 2001, el país se encuentra bajo mandato del presidente Alejandro Toledo (2001 – 2006).

5.2. POTENCIAL DE MERCADO PARA LOS PRODUCTOS DE INTERÉS EN PERÚ

5.2.1. Importaciones totales de Perú

Cuadro 51. Importaciones de Perú de la Posición: 3926909090 Los Demás

Año	Peso Neto (Kg.)	Valor (US\$)
2002	0.00	13,539,000
2003	0.00	20,065,000
2004	7,844,000.00	21,485,000

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Perú: World Trade Atlas, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Se puede observar que Perú, es un país que relativamente ha venido acrecentando sus importaciones totales para la Posición 3926909090 Demás Manufacturas de Plástico y Manufacturas de las Demás Mat. de Partidas de 39.01 a 39.14; teniendo una diferencia de US\$ 7, 946,000.00 entre los años 2004 y 2002. Por otro lado, existe una desproporción abismal entre las cantidades importadas en los años 2002-2003 que fueron de 0.0 y el año 2004 donde se aumentaron a 7, 844, 000.00 Kg.

Dentro de esta Posición, los países principalmente proveedores en Perú son China, Estados Unidos, Colombia, Italia y Chile.

Cuadro 52. Importaciones de Perú de la posición 9018312000 De Plástico

Año	Peso Neto (Kg.)	Valor (US\$)
2002	0.00	2,444,000
2003	0.00	3,311,000
2004	864,000.00	4,202,000

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Perú: World Trade Atlas, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

A pesar de que las importaciones peruanas para la posición: 9018312000 De Plástico, presentaron 0.00 en cuanto al volumen importado en el periodo 2002-2003, se dio un aumento de 864,000.00 en el año 2004. Por otro lado, en el valor en dólares US\$, las importaciones tuvieron un aumento al pasar de US\$ 2,444,000 en 2002 a US\$ 4,202,000 en el 2004.

Entre los países proveedores de Perú para esta posición se encuentra Estados Unidos, México y China

Cuadro 53. Importaciones de Perú de la posición 3923309000 Los Demás

Año	Peso Neto (Kg.)	Valor (US\$)
2002	0.00	2,871,000
2003	0.00	3,023,000
2004	678,000.00	3,199,000

Fuente: PROEXPORT COLOMBIA. Importaciones del mundo [en línea]. Perú: World Trade Atlas, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

Las importaciones de Perú para la posición arancelaria 3923309000 Los demás, han tenido un crecimiento moderado en valor de US\$ 2,871,000 en el 2002 a

3,119,000 en el 2004. Las cantidades importadas fueron mínimas (de 0.00) en el periodo 2002-2003, sin embargo, en el año 2004 aumentaron a 678,000.00. Las importaciones de esta partida son principalmente originarias de Colombia, México, Estados Unidos, China y Ecuador.

5.2.2. Exportaciones de Perú a Colombia y totales de las Partidas arancelarias de interés en dólares FOB

Cuadro 54. Exportaciones de Perú de la Posición: 3926909090 Los Demás

País	2002	2003	2004	2005
Colombia	75,000.00	46,000.00	86,000.00	195,000.00
Total Exportaciones	1,284,000.00	689,000.00	778,000.00	8,784,000.00

Fuente: ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN. Normas reguladoras de un país. [en línea]. Uruguay: ALADI, 2005. [consultado 12 de Diciembre, 2005]. Disponible en Internet: <http://200.40.42.2227/sii/menupagsinternas/marcosii.html>

Las exportaciones para la posición: 3926909090 Los Demás, han tenido una dinámica muy positiva sobre todo en el año 2005, donde se registró el mayor valor de US\$ 8,784.00 en las exportaciones totales. Igualmente dentro de las exportaciones bilaterales, Perú incrementó sus exportaciones a Colombia por un valor de US\$ 195,000.00 durante el año 2005.

Otros destinos importantes fueron Estados Unidos, Ecuador, Canadá, Bolivia, Chile, Venezuela, Costa Rica y México.

Cuadro 55. Exportaciones de Perú de la Posición 9018312000 De Plástico

Años	2002	2003	2004	2005
Total Exportaciones	261,000.00	506,000.00	178,000.00	336,000.00

Fuente: ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN. Normas reguladoras de un país. [en línea]. Uruguay: ALADI, 2005. [consultado 12 de Diciembre, 2005]. Disponible en Internet: <http://200.40.42.2227/sii/menupagsinternas/marcosii.html>

El total de exportaciones para la partida 9018312000 De Plástico ha tenido un comportamiento variable con tendencia creciente en los últimos cuatro años.

Sus destinos de exportación se concentran básicamente en los países de Ecuador, Bolivia, Brasil, Estados Unidos y Chile. Para esta partida no se encuentran registros de exportaciones hacia nuestro país.

Cuadro 56. Exportaciones de Perú de la Posición 3923309000 Los Demás

País	2002	2003	2004	2005
Colombia	1,691,000.00	1,946,000.00	3,636,000.00	7,298,000.00
Total Exportaciones	40,772,000.00	38,500,000.00	38,748,000.00	57,801,000.00

Fuente: ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN. Normas reguladoras de un país. [en línea]. Uruguay: ALADI, 2005. [consultado 12 de Diciembre, 2005]. Disponible en Internet: <http://200.40.42.2227/sii/menupagsinternas/marcosii.html>

Perú ha venido incrementado las exportaciones para la posición 3923309000 Los Demás siendo sus principales clientes Venezuela, Ecuador, Colombia, Chile, El salvador, Bahamas, Trinidad y Tobago, Panamá y Guyana.

Colombia representa el tercer mercado de destino de dicho producto aumentando considerablemente de US\$ 1,691,000.00 en el 2002 a US\$ 7,298,000.00 en el

2005. Dicho crecimiento obedece al aumento de exportaciones de empaques en el mercado peruano.

5.3. COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS DE LAS RESINAS PLÁSTICAS EN PERÚ

En los últimos años, la industria de transformación de plástico se ha visto negativamente influenciada por el aumento de los precios y la escasez de la resina. El incremento de las resinas ha llevado a traspasarle costos al precio de los productos finales, teniendo que maximizar costos. Sin embargo, el sector de exportaciones ha experimentado un crecimiento significativo, particularmente en el rubro de los empaques.

La cifra global de crecimiento alcanzó un 20%, sustentada en el crecimiento del comercio exterior y en la producción de empaque flexible. En la actualidad, Perú cuenta con una trayectoria importante en materia de exportación de empaques flexibles lo cual se ve reflejado en los valores totales exportados de la Posición 3923309000. (Artículos para el transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico. Los Demás).

5.4. CLIENTES POTENCIALES EN PERÚ

Posición arancelaria 3926909090 Los Demás

➤ **REICOLITE PERUANA S.A.**

Actividad: Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador

Dirección: MARISCAL NIETO 376-382 URB LOS SAUCES A. Lima

➤ **UNIQUE S.A.**

Actividad: Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador

Dirección: AV SALAVERRY N. 2305 SAN ISIDRO

➤ BEST SECURITY DEL PERU S.A.C.

Actividad: Comercio al por mayor de materias primas, productos agrícolas, excepto café, y flores.

Dirección: RODOLFO BELTRAN N 133 STA CATALINA. Lima

➤ DISTRIBUIDORA DE FLORES SARITA COLONIA

Zona Lima y Zona Tarma Del Mercado de Flores - Piedra Liza – Rímac. Lima

Teléfonos: (51) (1)3760451

Posición 9018312000 De Plástico

➤ QUIMICA SUIZA S.A.

Actividad: Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador.

Dirección: AV REPUBLICA DE PANAMA 2577. Lima

➤ DISPROMED E.I.R.L.

Huancavelica 470 Of. 506 - Lima

Teléfonos: (51) (1)4271697. Fax: (51) (1)4267448

Posición 3923309000 Los Demás

➤ EUROFORM S.R.L.

Actividad: Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador

Dirección: CALLE 3 MZ D LOTE 14 URB IND STA RA. Lima

➤ AMCOR PET PACKAGING DEL PERU S.

Actividad: Fabricación de artículos de plástico.

Dirección: AV NICOLAS ARRIOLA N 824 OF 305 UR. Lima

➤ INDUSTRIAS DEL ENVASE S.A.

Actividad: Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador

Dirección: AV. ELMER FAUCETT 4766. Callao

➤ **SAN MIGUEL INDUSTRIAL S.A.**

Actividad: Fabricación de artículos de plástico.

Dirección: AV. INDUSTRIAL NO. 491. Lima

➤ **PIERIPLAST S.A.C.**

Actividad: Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador.

Dirección: JR CAJAMARQUILLA 1047. ZONA INDUSTRIAL. Lima

➤ **JULIA SEVILLA S.A**

Actividad: Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador.

Dirección: JR AUGUSTO DURAND 2417 URB SAN LUIS. Lima

➤ **DISTRIBUIDORA CONTINENTAL 6 S.A.**

Luis Galvani 498 - Lima

Teléfonos: (51) (1)4360711

Fax: (51)(1)4374088

➤ **C&C S.A.**

Vesalio 200 - San Borja. Lima

Teléfonos: (51) (1)2241917. Fax: (51) (1)2250114

5.5. LA CULTURA PERUANA

Los peruanos están entre los más formales y reservados de Sur América. Para los peruanos difícilmente el trabajo es lo más importante de la vida, sin embargo son estrictos con los compromisos adquiridos.

Valoran la diplomacia, el buen tacto y la sensibilidad y detestan la agresividad abierta y la brusquedad. Las citas se deben realizar con dos o cuatro semanas de anticipación y deben confirmarse.

Mantener las relaciones comerciales dándole la suficiente importancia a las relaciones personales es vital para acordar buenas negociaciones.

5.5.1. Reuniones de negocio. Aunque el peruano no es muy puntual para llegar a las reuniones, es preferible que el visitante si lo sea. El empresario peruano se caracteriza por no tomar la decisión de un negocio en la primera cita, por lo que probablemente se requerirá más de un viaje para concluir el acuerdo.

5.6. MARCO COMERCIAL EN PERÚ. REGULACIONES, RESTRICCIONES Y REQUERIMIENTOS ESPECIALES

La autoridad aduanera peruana se ha reformado y se ha modernizado durante los últimos cinco años, con ayuda del Banco Interamericano de Desarrollo y el programa de Desarrollo de las Naciones Unidas. Aunque se promulgó una ley aduanera que facilitara el proceso de importaciones, algunos exportadores continúan encontrando problemas con la aduana del Perú, como lo es el caso de la reforma diseñada para combatir contrabando cotidiano, donde se necesita de un examen previo al embarque de las mercancías en el país de origen. El servicio de aduana requiere que todas las importaciones mayores a US\$ 5.000 FOB. Sean examinadas antes del envío, autorizando a tres compañías internacionales privadas, Bureau Veritas, Zootecnia, y SGS, a conducir los exámenes de preembarque.

El importador paga hasta el 1% del valor FOB de las mercancías para cubrir el costo de la valoración. En Perú ya no existen licencias para importaciones, ni Registros. Una persona natural puede desarrollar labores de importación, e incluso puede desaduanizar la mercancía sin utilizar los servicios de una Sociedad de Intermediación Aduanera, y para facilitar los trámites de comercio internacional, se ha desarrollado un único documento (Declaración Única de Aduanas) que sirve para exportar o importar, bajo cualquier régimen como admisión temporal, internamiento temporal, etc.

Las Normas Técnicas para el ingreso de manufacturas, son elaboradas y difundidas por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual INDECOPI.

Los certificados para productos vegetales son otorgados por el Ministerio de Agricultura, y el Registro Sanitario requerido para alimentos procesados, medicamentos, y bebidas es otorgado por el Ministerio de Salud.

Las normas o regulaciones impuestas para las partidas a investigar son las siguientes:

Cuadro 57. Normas reguladoras de Perú para la posición 90183120 --- De Plástico

POSICIÓN ARANCELARIA	NORMA	TEMA	MEDIDA	RESUMEN DE LA MEDIDA
90183120De Plástico	Decreto Supremo No 010-97-SA de 24/XII/97. Modificado por Decreto Supremos Nos 004-2000-SA, No 006-2001-SA y No 020-2001-SA.	Instrumentos, aparatos, dispositivos y demás artículos de uso médico u odontológico y aparatos a ser implantados en el organismo.	REGISTRO, CERTIFICACION SANITARIA U OTROS REQUISITOS, PARA PROTEGER LA SALUD DE LAS PERSONAS.	Registro Sanitario del producto ante la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID) del Ministerio de Salud. Certificado de Libre Comercialización y Certificado de Uso expedido por la autoridad competente del país de origen.

Fuente: ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN. Normas reguladoras de un país. [en línea]. Uruguay: ALADI, 2005. [consultado 12 de Diciembre, 2005]. Disponible en Internet: <http://200.40.42.2227/sii/menupagsinternas/marcosii.html>

Cuadro 58. Normas reguladoras de Perú para las posiciones 3926909090 y 3923309000 Los Demás

POSICIÓN ARANCELARIA	NORMA	TEMA	MEDIDA	RESUMEN DE LA MEDIDA
3926909090 Los Demás 3923309000 Los Demás	Resolución No 052-2002 de 12/09/02 CDS-INDECOPI (modificada por Resolución No 0544-2003/TDC-INDECOPI del 05/12/03). ...Resolución N° 015-2006 de 04/II/2006 CDS-INDECOPI	Plástico y sus manufacturas.	DERECHOS ANTIDUMPING	Establece derechos antidumping definitivos a las importaciones de vasos de pape o cartón, con polietileno, originarias de Chile. ...Derechos antidumping definitivos.
3926909090 Los Demás 3923309000 Los Demás	Decreto Supremo No 030 de 1/VIII/98. Ministerio de Energía y Minas.	Petróleo y derivados; gas natural; productos de la industria petroquímica; combustibles.	CERTIFICADO DE CONFORMIDAD U OTROS REQUISITOS PARA CONTROL DE CALIDAD, PARA FINES NO ESPECIFICADOS.	Inscripción del importador en el registro de la Dirección General de Hidrocarburos. Los productos deben cumplir con los requisitos o especificaciones de calidad establecidas en las normas oficiales aprobadas por el INDECOPI y en este reglamento.

Fuente: ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN. Normas reguladoras de un país. [en línea]. Uruguay: ALADI, 2005. [consultado 12 de Diciembre, 2005]. Disponible en Internet: <http://200.40.42.2227/sii/menupagsinternas/marcosii.html>

5.6.1. Etiquetado. Los requisitos de etiquetado en este país son relativamente simples. Los productos normalmente mantienen sus etiquetas originales; el nombre y número de identificación de contribuyente (RUC) importador/distribuidor debe agregarse al empaque. Tratándose de alimentos o medicamentos principalmente, se exige que las etiquetas muestren el Registro Sanitario expedido

por la entidad peruana respectiva (Ministerio de Salud o Ministerio de Agricultura). Estos registros son obtenidos validando los Registros obtenidos en Colombia, y presentados ante las autoridades locales respectivas.

5.6.2. Derechos de propiedad intelectual. Perú todavía no proporciona la protección adecuada y eficaz a los derechos de propiedad intelectual. Sin embargo en abril de 1996 se firmaron dos decretos en propiedad industrial e intelectual, en los que se clarifica el régimen de propiedad intelectual de Perú, contienen varias deficiencias y parecen violar la ley de la Nación más favorecida (MFN) según los términos del acuerdo de OMC en aspectos de comercio relativo de los derechos de propiedad intelectual (TRIPs).

Además, aunque que se ha intensificado la aplicación, la piratería sigue siendo significativa. Perú ha ratificado este decreto, pero no se han puesto en marcha completamente todavía las provisiones del acuerdo de TRIPs.

Los países miembros de la Comunidad Andina cuentan con una legislación comunitaria, y regulada por entidades de cada país, en el caso peruano, denominada Instituto Nacional de Defensa del Consumidor y Propiedad Intelectual INDECOPI.

Esta normatividad comunitaria está normada por las siguientes Decisiones: DECISION 344 sobre Propiedad Intelectual de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, aprobada en octubre de 1993 y vigente a partir de enero de 1994 Es la normativa que esta vigente para regular los aspectos relativos a la propiedad intelectual. Esta decisión se ajusta a los estándares internacionales y sus principios guardan armonía con la legislación sobre este tema, emitido por la OMC y comprende entre otros puntos:

- Protección de las patentes por un plazo de 20 años
- Protección de la marca notoria
- Paternamiento de productos y procedimientos que cumplan con las condiciones de paternabilidad (novedad, nivel inventivo y aplicación industrial)

La DECISION 345 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena sobre el Régimen Común de Protección de los Derechos de los Obtentores de Variedades Vegetales, aprobada en octubre de 1993. La DECISION 351 de la Comisión del

Acuerdo de Cartagena sobre el Régimen Común de Derechos de Autor y Derechos Conexos.

Todos los países miembros de la CAN vienen asumiendo los compromisos adquiridos en el marco del Acuerdo sobre los Aspectos de los derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio de la Organización Mundial del Comercio (OMC) que entrará en vigencia en su totalidad en el año 2000, al tiempo que han firmado o ratificado diversos instrumentos jurídicos en los marcos regionales o bilaterales.

En Perú, todo registro se realiza ante al Oficina de INDECOPI solicitando una ficha donde se inscriben los datos de la marca, logotipo, publicación, patente, etc. solicitud que debe ser publicada en el Diario Oficial para el respectivo conocimiento de la opinión pública y prevenir a potenciales interesados. Posteriormente y ante ningún reclamo, se procede a otorgar el certificado respectivo.

En el caso de un Registro de Marca el proceso cuesta unos US\$ 100.00 (cien dólares americanos) pero en el caso de empresas extranjeras el costo se incrementa debido a que deben otorgar poderes a un estudio de abogados para que ellos procedan a realizar los trámites respectivos en su nombre¹⁵.

5.6.3. Registro de Marcas y Patentes. El decreto de propiedad industrial de abril de 1996 proporciona a un término eficaz de la protección para las patentes, prohíbe los dispositivos que decodifican señales basadas en los satélites cifrados, y contiene otras mejoras, tales como aumento del término de la protección para los diseños industriales.

Sin embargo, el decreto excluye de la protección de la patente varias áreas cubiertas previamente por el régimen de Derechos de Propiedad Intelectual de Perú: procesos para hacer o usar productos ya sabidos, productos farmacéuticos patentados en la lista modelo de la Organización Mundial de la Salud (WHO) de medicinas esenciales, los elementos que existen en la naturaleza (aislado y purificado), y las invenciones que implican el desarrollo de un software.

¹⁵ NATIONAL TRADE DATA BANK, Comercio exterior de Perú [en línea]. Lima: National Trade Data Bank, 2005. [consultado 15 de Mayo, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co/homeperu.asp> 6

El decreto también contiene requisitos de funcionamiento tales que un propietario de la patente debe "hacer uso" de la invención patentada en Perú, pero también dispone que puede hacer uso de éste en cualquier país de la Comunidad Andina.

Este tratamiento diferenciado entre los países andinos y otros países de la OMC parece violar las provisiones de MFN en el artículo 4 del acuerdo de TRIPs. El decreto también contiene cláusulas de la reciprocidad en las áreas de patentes y las marcas registradas que violan las obligaciones de MFN de Perú.

Otras deficiencias en el decreto de propiedad industrial incluyen amplios requisitos obligatorios, la carencia de la protección transitoria, y la carencia de la protección contra las importaciones paralelas. A esto se suma que la falsificación de marcas registradas en Perú es frecuente.

5.7. MERCADEO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN PERÚ

- **Distribución.** La alta centralización que existe en el Perú ha determinado que Lima, la ciudad capital con cerca de ocho millones de habitantes, concentre el 90% de las industrias y más del 30% de la población, y puede afirmarse que Perú no cuenta con ciudades grandes, ya que Arequipa y Trujillo, segunda y tercera ciudad en tamaño respectivamente, no cuentan con mas de 500 mil habitantes, pero incluyendo a la población rural que no es parte de la sociedad de consumo. Esto ha originado que las cadenas de supermercados, tiendas por departamentos, negocios de franquicias y otros servicios existan en Lima únicamente; pero por otro lado, se han desarrollado eficientes canales de comercialización desde la capital hacia el resto del país, que permiten evitar el desplazamiento por negocios hacia el resto del territorio.

Por consiguiente, la mayoría de las ventas ocurren en Lima, sin embargo existen oportunidades en otras ciudades principales hacia las cuales se puede realizar una estrategia de mercado específica. Puede ser por medio de representantes en Lima que tienen agentes de venta típicamente en estas ciudades, mientras proporcionan oportunidades de ventas en las provincias. El método más común de distribución es la contratación de un representante fuerte y calificado.

Un acercamiento alternativo en la distribución es establecer una subsidiaria local u oficina. Este método proporciona el servicio eficaz y la promoción agresiva de su producto. Los gastos para el anuncio y el espacio industrial están subiendo rápidamente en el área de Lima, haciendo de ésta una opción cara. Dado que el mayor centro de consumo está en Lima, deberá tomarse en cuenta que no cuenta con climas extremos, no tiene lluvias, y la temporada de verano alcanza a tener temperaturas de 25 a 30 grados, en los meses de Enero a Marzo.

- **Agentes y Distribuidores.** Usualmente, los exportadores incorporan el mercado peruano designando a un agente, a un distribuidor, o a un comerciante. La mayoría están situadas en Lima con sucursales en otras ciudades principales tales como Arequipa, Trujillo, y Tacna.

La ley peruana no exige el uso de los distribuidores locales para las ventas privadas. Sin embargo, para las ventas al gobierno, usted debe contratar un agente local. Es recomendable tener un representante en el país a depender de las publicaciones de oportunidades de negocio. Se debe ser cuidadoso en la selección de un agente o de un representante.

Preferiblemente se recomienda apoyarse en entidades del gobierno de su país o de Perú para obtener referencias confiables de dicho representante.

- **Franquicias.** Las operaciones de franquicia se han venido desarrollando en los últimos seis años. La situación económica de Perú, la mentalidad del mercado abierto, el acceso al crédito, y la receptividad a la oferta de la inversión extranjera son una oportunidad para las franquicias.

El desarrollo económico está conduciendo a establecer rápidamente una sociedad, creando un mercado cada vez mayor para el sector de licencias. Los Estados Unidos son actualmente el pionero en este sector con más del 80% del mercado, sobre todo en servicios y comidas rápidas.

No hay legislación especial para franquicias. Hasta ahora, las compañías de licencias que funcionan en Perú están bajo los derechos mercantiles regulares. Hay un impuesto sobre la renta de retención sobre los derechos (30%), el impuesto sobre el valor agregado del 18% (pagado por la compañía local) y las tarifas de importación de 12%.

Oportunidades adicionales del mercado otorgan concesiones en el sector automotor, en cosméticos, en reparación y servicios del alquiler, limpieza

(casera o industrial), hoteles, tiendas de ropa, centros de estética, farmacias y servicios de seguridad.

- **Comercialización Directa.** La comercialización directa es muy utilizada en Perú en el sector de servicios, especialmente entre las instituciones financieras y los organizadores de seminarios. Una práctica común es emplear a personal para el telemercadeo y campañas para conocer los servicios de las firmas especializadas. Las bases de datos para la comercialización directa son confidenciales y no están fácilmente disponibles. Sin embargo, la información comercial se puede obtener a través de las Cámaras de Comercio y asociaciones comerciales.

Las ventas de catálogo para los bienes de consumo en Perú casi no existen debido al alto grado de desconfianza en la calidad del producto y de la imposibilidad de obtener aprobaciones de la demanda, de la garantía, o devolución del producto si el cliente no está enteramente satisfecho.

- **Empresas Conjuntas y Licencias.** La ley peruana permite la creación de empresas con riesgo compartido y acuerdos que licencian con un socio local legalmente establecido que sea responsable de todos los asuntos legales. Perú está comenzando a integrarse en la red comercial global, haciéndolo atractivo para la creación empresas conjuntas y licencias. Esto se presenta especialmente en sectores donde hay fabricación local o capacidad del ensamblaje.

La industria textil (confección) en Perú se está convirtiendo rápidamente en un centro atractivo para licenciar y para empresas conjuntas. La productividad ha aumentado con el apoyo de la tecnología moderna, que ha dado lugar a obtener una producción significativa en exportaciones para fábricas de marca muy reconocidas en el sector confección.

La oferta peruana es competitiva debido a los costos de producción manejados actualmente.

5.8. LOGÍSTICA DE ACCESO AL MERCADO. SERVICIO Y TARIFAS DE TRANSPORTE EN PERÚ

Perú es uno de los países vecinos de Colombia, y durante años ha desarrollado un proceso creciente de integración con ella, pertenece a la Comunidad Andina de Naciones; en esta regionalización, Perú y Colombia, desarrollan planes de mejoramiento en infraestructura, para el acceso y la circulación de bienes y servicios en sus territorios.

En la actualidad, el acceso marítimo es la alternativa más viable, sin descartar los servicios aéreos directos que prestan algunas aerolíneas. Aunque el Perú, no tiene una infraestructura portuaria muy desarrollada, los productos de Colombia tienen acceso, por los puertos marítimos de Callao, Paita y Pisco; y los aeropuertos de Lima e Iquitos.

5.8.1. Servicio de transporte terrestre. A pesar de la cercanía geográfica, el transporte terrestre entre Colombia y Perú es nulo, los tiempos de tránsito giran alrededor de los 20 días y el flete para 30 toneladas de carga puede costar hasta US\$ 5400, el tránsito de esta vía es: Bogotá – Tulcán, Luego Aguas Verdes y finalmente Lima, en cada frontera hay cambio de camión.

5.8.2. Servicio de transporte marítimo. Perú cuenta con 24 puertos en el litoral pacífico, de estos, 19 son marítimos, 4 fluviales y 1 lacustre; y según el sistema de atraque se dividen en puertos de atraque directo y lanchonaje; su infraestructura portuaria carece de la tecnología y los medios para manejar altos volúmenes de carga, lo que hace un poco lento al funcionamiento de los puertos marítimos. Los puertos del Perú son Cabo Blanco, Talara, Paita, Pacasmayo, Eten, Chicama, Salaverry, Chimbote, Besique, Casma, Huarmey, Supe, Huacho, Chancay, Callao, Cerro Azul, General San Martín, Matarani e Ilo, todos estos bajo el control de la Empresa Nacional de Puertos del Perú (ENAPU)

Dentro de estos puertos se destaca para el tráfico desde Colombia, los puertos del Callao y Paita.

Callao: Ubicado en la provincia del Callao en la zona central del litoral peruano, dentro de la Cuenca del Pacífico, recibe las rutas interoceánicas, que cruzan el Canal de Panamá y el Estrecho de Magallanes. Por su ubicación, es el puerto más importante del Perú, su área de influencia se encuentra constituida por los

departamentos de Lima, Cerro de Pasco, Huánuco, Ayacucho, Junín y Huanavelica.

Está conectado con la zona industrial de Lima, ciudad que se encuentra a 15 Km. Y así mismo con el resto de Estado por vías carreteras que acceden el norte y el sur del país y por vías férreas que atraviesan los Andes peruanos.

La infraestructura del puerto esta compuesta por 9 muelles activos, así como de almacenes de abastecimiento, carga de importación, mantenimiento, consolidación y desconsolidación, aduanas, y depósitos. Además cuenta con tres zonas para contenedores de carga seca y refrigerada, una para metales, una para carga rodante, y veinte silos con un área de 4007 metros cuadrados con capacidad de 25.765 toneladas. Aunado a esto el Callao esta provisto por porta contenedores, tractores, elevadores de horquilla, prensa, grúas, balanzas, remolcadores y una línea férrea que facilita el desplazamiento de la carga hacia otros destinos del Perú.

Vale la pena resaltar que el sistema de almacenamiento otorga la exoneración de los 10 primeros días de pago de almacenamiento. En el último año movilizó 12.973.163 Toneladas y 725,490 TEUS siendo el principal puerto peruano en el manejo de carga general y contenerizada, así se consolidó como el centro importador de productos como textiles, cereales, maquinaria, papel, alimentos en conserva, entre otros.

Paíta: Es un puerto multipropósito, ubicado en el norte de la costa peruana, su manejo de carga ha ido en ascenso, en el último año reportó un manejo de 81.242 TEUS, su área de influencia es la región de Grau, Marañón y La Libertad. Siendo la región de Grau la más cercana (56 Km.) con las ciudades de Tumbes y Piura. Su infraestructura es compuesta por un muelle de atraque directo tipo espigón y cuatro amarraderos con profundidades entre 27 y 33 pies, un almacén con capacidad de 1000 Toneladas, una zona para 390 TEUS vacíos o cargados, otra zona para el tránsito de 300 TEUS y dos patios, uno para 1400 TEUS cargados o vacíos con 36 tomas para contenedor refrigerado y otro para 400 TEUS vacíos. Aunado a esto el puerto esta aprovisionado con remolcadores, lanchas tiburón, tractores elevadores de horquilla, grúas, porta contenedores y balanzas.

Cuadro 59. Tarifas referenciales marítimas de Cali a Perú

PUERTO/CIUDAD DE ORIGEN	PUERTO/CIUDAD DE DESTINO	PRODUCTO	Contenedor de 20 Pies	Contenedor de 40 Pies
			US\$ FLETE	US\$ FLETE
BUENAVENTURA	CALLAO	CARGA GENERAL	500	650
			550	750
			595	800
			600	850
			650	910
			760	950
			800	1200
			900	

Fecha de Actualización: agosto 2005. Prestatarios de Servicio portuarios

5.8.3. Servicio de transporte aéreo. Perú tiene 54 aeropuertos dirigidos por la Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación comercial, de estos, los aeropuertos internacionales de Arequipa, Cuzco, Chiclayo y el terminal Puerto Maldonado.

Están diseñados para el recibo de carga, tienen servicios de almacenaje de carga por tiempo límite de un mes, almacenaje en frío, manejo de valores y nacionalización. Entre los cuatro manejaron un total de 740 Toneladas en el 2004. Por otra parte esta el aeropuerto privado “Jorge Chávez” de la ciudad de Lima, el terminal cuenta con servicios de almacenaje, almacenaje en frío y aduana, además de tener una posición estratégica para el multimodalismo por la cercanía al puerto del Callao, lo que facilita la transferencia entre la carga aérea y la carga marítima si fuera el caso.

En 2004 el terminal movilizó 135.084 Toneladas. De un total de 136.386 de todos los aeropuertos peruanos, representando el 99% del movimiento de carga internacional aérea del Perú.

Cuadro 60. Servicio aéreo referencial de Cali a Perú

ORIGEN	DESTINO	AEROLÍNEA	FRECUENCIA	EQUIPO	OBSERVACIONES
CALI	LIMA	AMERICAN AIRLINES	DIARIO	B-777	CAP.13 TONS. Tiempo de transito 48 horas.
		COPA		B-737	CAP. 10-14 TONS. Tiempo de transito vía aérea 30 horas.
		AVIANCA		B-767-757	CAP 4-10 TONS. Tiempo de transito 48 horas, vuelo directo
		GRUPO TACA		A-319	CAP 1,5 - 2,5 TONS Tiempo de transito 48 horas.
		TAMPA	Martes -Jueves	B-767	CAP 40 TONS. Tiempo de transito 48 horas
	LIMA IQUITOS	ARROW CARGO	Semanal	DC-10	CAP 63 TONS, Tiempo de Transito 48-72 horas

Fecha de actualización, Agosto de 2005. Prestatarios de Servicio – Aerolíneas

Cuadro 61. Tarifas referenciales aéreas de Cali a Perú

CIUDAD DE ORIGEN	CIUDAD DE DESTINO	TIPO DE CARGA	-45 KG	+45 KGS	+ 100 KGS	+ 200 KGS	+ 300 KGS	+ 500 KGS	+ 1000 KGS
CALI	LIMA IQUITOS	CARGA GENERAL	2.72	2.72	2.06	2.06	1.79	1.79	1.79
			2.15	1.40	1.25	1.25	0.85	0.85	0.85
			2.95	2.95	2.42	2.42	0.16	2.16	2.16
CALI	LIMA	ARTÍCULOS DE PLÁSTICO	ND	ND	ND	1.07	1.07	1.07	1.07

Fecha de actualización, Agosto de 2005. Prestatarios de Servicio – Aerolíneas

5.8.4. Otros aspectos para manejo logístico en destino. Envíos Comerciales: Factura Comercial, en español. Con número y fecha de la licencia de importación. Para productos farmacéuticos son necesarias ocho facturas con el precio FOB si el embarque supera los US\$ 100, las facturas deben tener un visado consular o deben venir con el certificado de cámara de comercio.

Licencia de Importación, para la legalización. La mercancía usada con valor de US\$ 2.000 será revisada. Menor valor una declaración juramentada es necesaria. La mercancía nueva con valor de US\$ 5.000 será revisada.

Se consideran envíos postales las cartas, tarjetas, postales, impresos, pequeños paquetes, encomiendas postales, así como el envío de documentos valorados, remesas, cassetes y diskettes y CDS siempre y cuando no excedan de cuatro unidades y otros según clasificación del Convenio Postal Universal.

Transporte de Muestras Sin Valor Comercial. Se entiende por muestras sin valor comercial a aquellas mercancías que únicamente tienen por finalidad demostrar sus características y que carecen de valor comercial por sí mismas, las cuales no deben ser destinadas a la venta en el País. Tratándose de mercancías que se comercializan en medidas de longitud, las muestras no se deben exceder de 30 cm.

No se consideran muestras sin valor los productos químicos puros, drogas, artículos de tocador, licores aunque vengan en envases de miniatura, manufacturas y objetos aunque tengan inscripciones de propaganda.

Las muestras sin valor comercial están libres de derechos de aduana. Muestras con Valor comercial, el valor será importado libre de deberes, solo cuando se re-exporta en menos de seis meses.

6. CONCLUSIONES

En el comercio exterior, nuestro país representa uno de los principales mercados en Ecuador, no solo como destinatario de las exportaciones ecuatorianas, sino también, como proveedor en las importaciones de los diferentes productos investigados, lo cual las Pymes de PRODE PLÁSTICO deben aprovechar de acuerdo con las oportunidades que ofrece el país de Ecuador.

Ecuador y Perú, al igual que Venezuela son los principales destinos de las partidas investigadas (392690900-9018312000-3923309090). Por otro lado, Ecuador se encuentra como el principal país potencial importador de las dos primeras Posiciones Arancelarias (3926909090 y 9018312000).

Las Pymes de PRODE PLÁSTICO deben aprovechar su naturaleza de asociación, para hacer alianzas tecnológicas que les permitan mejorar sus procesos productivos y competir prósperamente en el mercado ecuatoriano. Por otra parte, aprovechar al CDT ASTIN como proveedor de tecnología y asistencia técnica en el desarrollo de investigación y desarrollo de sus productos.

El mercado de Ecuador representa un gran potencial para las Pymes asociadas a PRODE PLÁSTICO, dado el aumento en las importaciones ecuatorianas de productos plásticos en los últimos años, donde este mercado representa el cuarto destino de las exportaciones del plástico en Colombia.

No obstante el PRODE PLÁSTICO se encuentra grandemente beneficiado al entrar al mercado de Ecuador con un arancel cero (0) para las tres partidas investigadas, según lo establece el acuerdo de Cartagena. Sin embargo, se deben pagar otros impuestos adicionales al CORPEI (CORPORACION DE PROMOCION

DE EXPORTACIONES E INVERSIONES), 0.025, FODINFA, (FONDO DE DESARROLLO PARA LA INFANCIA) 0.5 % y el IVA del 12%.

En el caso de ingresar a Perú, Colombia se encuentra igualmente amparado con arancel cero (0) pero debe pagar el IGV (IMPUESTO GENERAL DE VENTAS) del 19% y el seguro que va de 2.00% a 2.50%.

La definición de criterios de exportación sirve de base fundamental para la incursión al mercado de Ecuador y la posibilidad de que en una futura exportación puedan incursionar en un nuevo mercado como lo es Perú.

BIBLIOGRAFÍA

ACOPLÁSTICOS. Plásticos en Colombia. No. 35. 2005. 318 p.

AKTOUF, Omar. La metodología de las ciencias sociales y el enfoque cualitativo en las organizaciones. Cali: Universidad del Valle, 1998. 186 p.

ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN. Normas reguladoras de un país. [en línea]. Uruguay: ALADI, 2005. [consultado 12 de Diciembre, 2005]. Disponible en Internet: <http://200.40.42.2227/sii/menupagsinternas/marcosii.html>

ASUNCIÓN TARI, Maria. Oficina comercial de España en Chicago, supervisado por José Luis Briceño, [en línea]. España: ICEX, 2003. [consultado 12 de Agosto, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.icex.es/mt.chicago>

BANCO CENTRAL ECUADOR. BCE. [en línea]. Quito: BCE, 2005. [consultado 23 de Febrero, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.bce.fin.ec>

BANCO CENTRAL DE RESERVAS DEL PERÚ, estadísticas y economía [en línea]. Lima: BCRP, 2006. [consultado 21 de Febrero, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.bcrp.gob.pe>

COLOMBIA. PERFIL SECTORIAL QUÍMICO-PLÁSTICO-CAUCHO. Dirección de información comercial [en línea]. Bogotá: Subdirección de análisis de inversión Colombiana, 2003. [consultado 11 de Abril, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co/inversion>

COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES, link estadísticas [en línea]. CAN: 2001-2005. [consultado 19 de Septiembre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.comunidadandina.org/estadisticas>

DANE. Comunicado de prensa. [en línea]. Bogotá: DANE, 2006. [consultado 16 de Marzo, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.dane.gov.co>

FORMAS DE NEGOCIO EN EL ECUADOR. Comercio exterior [en línea]. Quito, 2003. [consultado 9 de Febrero, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.comercioexterior.ub.es/fpais/ecuador/formasnegociosecuador.htm>

INFORMADOR TÉCNICO, Plantas piloto: una nueva opción en la Formación Técnica CDT ASTIN. No. 69. (Diciembre, 2005); p 16-19.

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN, Requerimientos y normas. [en línea] Quito: INEN, 2006. [consultado 30 de Enero, 2006]. Disponible en Internet: [http:// www.ecua.net.ec/inen](http://www.ecua.net.ec/inen)

INSTITUTO MEXICANO DEL PLÁSTICO INDUSTRIAL. Quinto Informe sobre la Industria del Plástico. Grupo Texne. [en línea]. México: IMPI 24 de Febrero de 2005. [consultado 3 de Mayo, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.plastico.com>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA. Comercio exterior. Exportaciones e importaciones de Ecuador [en línea] Quito: INEI, 2004. [consultado 27 de Enero, 2006]. Disponible en Internet: [http:// www.inei.gob.ec](http://www.inei.gob.ec)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA. Comercio exterior. Exportaciones e importaciones de Perú [en línea]. Lima: INEI, 2004. [consultado 28 de Enero, 2006]. Disponible en Internet: [http:// www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe)

LEGISCOMEX, link Mercados, Declaraciones de importaciones y exportaciones colombianas [en línea]. Bogotá: Legiscomex, 2005. [consultado 21 de Marzo 2006]. Disponible en Internet: <http://www.legiscomex.com/mercado>

MALHOTRA, Naresh K. Investigación de Mercados. Un enfoque práctico. 2 ed. México: Mac Graw Hill, 1997. 890 p.

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR REPÚBLICA DE COLOMBIA. Plástico y caucho en china. Perfil sectorial, materiales plásticos y resinas [en línea]. Bogotá: Mincomex Colombia, 2004. [consultado 13 de Marzo, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.mincomex.gov.co>

NATIONAL TRADE DATA BANK, Comercio exterior de Perú [en línea]. Lima: National Trade Data Bank, 2005. [consultado 15 de Mayo, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co/homeperu.asp> 6

PROEXPORT COLOMBIA. Link exportar bienes, inteligencia de mercados, información países [en línea]. Bogotá: PROEXPORT, 2004. [consultado 5 de Octubre, 2005]. Disponible en Internet: <http://www.proexport.com.co>

SUNAT. F. Macroeconómicos. [en línea]. Lima: SUNAT, 2006. [consultado 15 de Mayo, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.sunat.com.pe/meconomicos>

SUPERINTENDENCIA DE ADUANAS DEL PERÚ. Información general. Marco regulador y normas especiales en Perú [en línea]. Lima: Superintendencia de Aduanas, 2004. [consultado 4 de Mayo, 2006]. Disponible en Internet: <http://www.aduanet.gob.pe>

TECNOLOGÍA DEL PLÁSTICO. Innovación, ideas, tecnología para la industria plástica. No. 1, Vol. 21 (Ene.- Feb. 2006); p. 12, 20-23.